الإعـلام الدولـي وارتباطـه بالعولمـة فـي عصـر الفضائيـات:

أدت التطورات المتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال إلي بروز مصطلحات حديثة تعكس حالة القلق والتوجس التي سادت الدول الأقل تطورا، منها مصطلح تفجير المعلومات Information Explosion، ومجتمع المعلومات Information society، وقواعد البيانات Data Bases، وسوء توزيع المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية Misdistribution، إمبريالية وسائل الإعلام، والاستعمار الإلكتروني.[i]

ويعتمد مجتمع المعلومات الذى نعيش فيه الآن علي عناصر تقنية تتمثل في الحاسب الآلي، الأقمار الصناعية، الهاتف المحمول، والرقمنة، وتتوافر هذه التقنيات في عالمنا الآن ويتوقع زيادة معدلات انتشارها أكثر في إطار ما نعيشه من عصر معلوماتي تتحول فيه الدول شيئا فشيئا من دول قومية كبيرة تسيطر علي شعوبها بشكل كامل إلي مجرد أجزاء من تكتلات اقتصادية ضخمة من جهة، ويؤكد ذلك سوسمان Sosman بأن عصرا جديدا قد بدأ ونظاما إعلاميا جديدا يشهده العالم الآن يطلق عليه عصر النظم المتكاملة للشبكات الرقمية (ISDN) Integrated System of Digital Networks، ويعني بذلك أنه سيتم تجميع أنظمة متعددة لشبكات المعلومات مع الأقمار الصناعية في شبكة واحدة يطلق عليها شبكة الشبكات وهذه الشبكة تزيد من تدفق المعلومات وسترتبط المعلومات العلمية والسياسية والاقتصادية بالأخبار بالإضافة إلي الاتصالات الشخصية وهي تؤدي إلي إنشاء نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال، يتميز بوجود مجتمع دولي مدني جديد New Civil Society يشارك أفراده بإيجابية في العملية الاتصالية. ومع تصاعد قوة نفوذ الشركات متعددة الجنسيات من جهة أخرى[ii].

أولاً: سمات الوضع الراهن للمشهد الفضائي في الوطن العربي وارتباطه بالعولمة:

تطور المشهد الإعلامي السمعي والبصري في الوطن العربي منذ نهاية الثمانينات وبداية التسعينات من القرن الماضي بشكل يفرض إعادة النظر في الوظيفة الإخبارية التليفزيونية حيث:



- تعددت القنوات التليفزيونية العربية الحكومية والخاصة داخل الوطن العربي وخارجه.
- ارتفع حجم بث القنوات التليفزيونية، إذ يذاع البعض منها علي مدار الساعة يوميا، ونتج عن تزايد حجم البث تزايد مواز للحاجة للإنتاج التليفزيوني.
- تنامي الاهتمام بالمواد الإخبارية علي وجه الخصوص في القنوات التليفزيونية العامة، وظهور القنوات المتخصصة[iii].
- تقليص هامش الحرية في القنوات التليفزيونية –الحكومية خاصة– حيث أن النصوص الدستورية التي تؤكد علي مبدأ حرية التعبير تفرغ من محتواها في مقابل القنوات الخاصة المنفتحة.

ثانياً: الإعلام الدولي: تعريفاته وأركانه

يشير مصطلح الإعلام الدولي إلي التحليل الثقافي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتقني للنماذج الاتصالية وآثارها بين الدول، ويركز الإعلام الدولي بشكل اكبر علي الجوانب العالمية لوسائل الإعلام والأنظمة الاتصالية والتكنولوجية أكثر من التركيز علي الجوانب المحلية[iv].

يُعَرف الإعلام الدولي أيضا بأنه ذلك الاتصال الذي يتم عبر الحدود الدولية، وبذلك فهو يعد اتصال بين أفراد وجماعاتٍ ودول تنتمي لثقافات مختلفة وهو يتأثر بالأبعاد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعسكرية لعلاقات الدول بعضها ببعض، وقد حدد تنر Tener **عدة أركان للإعلام الدولي تمثلت في:**

- **القصديه Intentionality:** قد يكون الاتصال الدولي مقصودا وغير مقصودا، فقد يكون الاتصال موجها لشعب معين لتحقيق هدف معين ولكنه يصل لهذا الشعب المقصود ولشعوب أخري غير مستهدفة بسبب ظروف مناخية، ومن الأمثلة علي

ذلك وصول البث التليفزيوني اللبناني إلي دول مجاورة علما بأنها غير مستهدفة من هذا البث وذلك بسبب ظروف المناخ.

- **القنوات Channels**: يجب أن تتوافر قنوات اتصال متاحة للجميع مثل الإذاعات الموجهة الدولية Overseas Radio حتى تصل عبرها رسائل ومضامين الإعلام الدولي.
- **تقنيات التوزيع Distribution Technologies**: توزيع رسائل ومضامين الإعلام الدولي عبر موجات الإذاعة أو الكوابل والأقمار الصناعية أو أشرطة أو اسطوانات مدمجة، وجميعها تقنيات توزيع يجب توافرها لتوصيل الإعلام الدولي.
- **شكل المحتوي Content Form**: يجب أن تحدد نوعية المضمون الذي سيتم انتقال المحتوى عبره، فالإعلام الدولي يمكن توصيله للجماهير المستهدفة عبر مضامين جادة مثل الأخبار والأفلام التسجيلية، كما يمكن توصيله عبر مضامين خفيفة مثل الأفلام والمسلسلات وبرامج المنوعات وهي المضامين الأكثر تأثيرا حيث أنها تحمل في طياتها دعاية مستترة ويطلق عليها "السم في العسل" وهي ذات تأثير تراكمي طويل الأمد.
- **النتائج الثقافية Cultural Consequences**: إن الإعلام الدولي أثناء نقله للمضامين الإعلامية ينقل فكر وثقافة وتراث وعادات وتقاليد الدولة المصدرة لهذا الإعلام التي تؤثر بطبيعة الحال في الدول الأضعف، وتجعلهم مسخا حضاريا بتشجيعهم علي الانسلاخ من حضارتهم التي تؤكد رسائل الإعلام الدولي باستمرار علي أن هذه الحضارة سبب تخلفهم.
- **الطبيعة السياسية Political Nature**: الاعتبارات السياسية وطبيعة النظام السياسي في الدول التي تنتج رسائل الإعلام الدولي من المعايير الأساسية في اتخاذ قرارات الحذف والإضافة في إعداد هذه الرسائل(٧).

يعيش الإعلام العربي أزمة مصداقية تجعل الجماهير العربية تنصرف عنه وتتجه

إلي الإعلام الغربي الذي يقدم الأفكار والمضامين التي تسهم في انصراف المشاهد عن جذور ثقافته العربية[vi]، إلا أنه في هذا الإطار توجد استثناءات قليلة تتمثل في بعض القنوات الإخبارية التي احتكرت نقل بعض الأحداث مؤخرا مثل قناة الجزيرة، وأنهت عصرا من الاحتكار الإخباري الغربي، حيث أصبح الإعلام الغربي ينقل عن القنوات العربية وذلك يعزز انتشار مصطلح "الحرب الإعلامية The Media War"، الذي يطرح تصورا محددا لدور ملموس تمارسه القنوات التليفزيونية الإخبارية في إدارة الصراعات المختلفة من خلال اعتمادها علي عدد كبير من المصادر الإخبارية، بالإضافة لتوظيفها للتقنيات المرئية الحديثة، مما يؤثر علي الرأي العام بشكل أو بأخر، وتعد شبكة CNN نموذجا بارزا في هذا المجال، حيث أطلق الكثيرين علي أزمة الخليج الثانية مسمي "حرب CNN"[vii]، كما أطلق عليها حرب نظيفة Clean war حيث أن رئيس CNN والتر ايساكسون Issacson,W أصدر مذكرة لمراسلي CNN تتضمن تعليماته حول تغطية الحرب ضد أفغانستان من أهمها عدم عرض أية معلومات تؤدي إلي التعاطف مع طالبان، وضرورة أن يتضمن كل تقرير مبررا للحرب من جانب الولايات المتحدة، وهي نفس التعليمات التي استخدمت في حرب الخليج الثانية حيث منعت CNN مراسليها من تصوير جثث الأمريكيين القتلى حيث تم تصوير الحرب علي أنها لعبة تكنولوجية جذابة فتم التركيز علي تصوير أضواء الصواريخ[viii]، وعدم إبراز صور الضحايا والدم والخسائر البشرية حيث ركزت تغطية الحرب علي إثارة العواطف وليس مخاطبة العقول فكان هناك اختيار دقيق للقطات المذاعة لتأكيد مفهوم الحرب النظيفة الخالية من الخسائر ولهذا تم استخدام فن الجرافيك بكثافة شديدة في بعض المعارك الدموية التي تميزت بالخسائر البشرية الهائلة التي لم تكن من السهل تصويرها وإذاعتها للجماهير واستخدم مراسلي CNN سياسة نفى الآخرين وهو منع وصول وجهة النظر العربية للجمهور.

غياب التدفق الإعلامي ما بين الدول العربية، بالإضافة إلي المفارقة بين الأعداد الكبيرة من القنوات الفضائية العربية الآن وعدم وجود قناة عربية موجهة للعالم

الغربي، وإن وجدت بعض القنوات التي تقدم مضامين بلغات أجنبية لكنها مازالت بعيدة عن الأنماط الإعلامية التي اعتاد عليها الجمهور الغربي في إعلامه[ix]، حيث يغلب علي قناة NILE TV علي سبيل المثال الخطاب التقليدي وكأنها موجهة للجمهور المصري فقط.

ومن المؤسف أنه لم يتحقق مع انتشار القنوات الفضائية في العالم العربي توقع الكثيرين أن تسهم هذه القنوات الفضائية في دعم الوحدة العربية، ورفع سقف الحرية، ونشر الثقافة، وبث الأخبار الأكثر صدقا، حيث زادت حدة المنافسة بين القنوات الفضائية لجذب أكبر عدد من المشاهدين وسلكت من أجل ذلك شتي الطرق والوسائل المشروعة وغير المشروعة، ولم تعد أكثر من كونها إعادة بث للقنوات الأرضية، بالإضافة إلي عدم تأسيس إتحاد عربي للقنوات الفضائية حتى الآن، أو إطلاق فضائية عربية موحدة تستطيع مخاطبة العقل الغربى[x].

وبذلك تخضع الدول النامية إلي "لا توازن مركب"، فهو أولا لا توازن طبقي داخل الحدود الوطنية بين طبقة تملك التكنولوجيا، وطبقات غير قادرة علي امتلاكها، وثانيا لاتوازن بين دول العالم النامي ودول العالم المتقدم[xi]، ولقد أشارت العديد من الدراسات المتعلقة بالتبعية التكنولوجية وانعكاساتها علي المجتمعات النامية أن دخول مجتمعات العالم الثالث مجال تكنولوجيا الفضاء سيؤدي إلي مزيد من الهيمنة والسيطرة الإعلامية والاقتصادية، ويكفي الإشارة إلي ان نسبة (90%) من واردات البلاد النامية من السلع المتعلقة بالتكنولوجيا تأتي من الدول الرأسمالية المتقدمة، بل يأتي ما بين (70%) و(80%) من خمس فقط من دول العالم المتقدم وهي علي وجه التحديد: الولايات المتحدة، اليابان، بريطانيا، فرنسا، وألمانيا[xii].

وبذلك نعيش في العصر الحالي استعمار الكتروني ستكون له تداعيات خطيرة كما حددها مانيت Manet فيما يلي:

- تزايد عدم التوازن وعدم المساواة في العالم في مجال المعلومات والإعلام، وزيادة

الضعف الإعلامي لدول العالم الثالث مما جعلها تابعة للعالم الغربي الذي يشكل من خلال أجهزته ومعلوماته الحديثة عملية إدارة عقول Mind management.

- إن تحويل المجتمعات إلي مجتمعات معلومات قد أصبحت تشكل جزءا من الأجندة العالمية الحالية، وهو وضع الدول النامية فى وضع غير مؤهلة له مما يؤدي إلي أزمات داخلية في هذه الدولة وزيادة اعتمادها علي الدول الغربية.
- إن الاقتصاد الأمريكي يتحول إلي العالمية وهي أداة جديدة من أدوات الاستعمار في العصر الحديث[xiii].

فلقد استمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بعدد من الخصائص التي أحدثت تأثيرات جذرية في عملية الاتصال الإنساني **لعل من أبرزها:**

1- **اللاجماهيرية Demassification:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلي فرد واحد أو جماعة صغيرة، وليس إلي جماهير ضخمة كما كان الحال في الماضي، وتعني أيضا أن هناك مزيد من التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلي مستهلكها، ويطلق عليه ايضاً مفهوم تفتيت الجمهور Audience Fragmentation.

2- **اللاتزامنية Asynchronization:** وهي إمكانية إرسال واستقبال الرسائل الاتصالية في وقت مناسب للفرد المستخدم، بدلا من أن يستقبل كل المشتركين نفس الرسالة في نفس الوقت[xiv].

وتتلخص المشكلات التي تواجهها الدول النامية من النظام الإعلامي الراهن في عدة أمور هي:

- سياسة الصمت حول القضايا الحيوية في الدول النامية مثل قضايا النضال ضد المحتل في فلسطين والعراق ومشكلات التنمية.
- التشويه الذي تزخر به الأخبار الغربية المنشورة حول الدول النامية لتأكيد صورة

ذهنية جامدة Solid Image.

- الدعاية الثقافية المضادة الموجهة من الدول المتقدمة للدول النامية.
- السيطرة علي المعلومات من الدول المتقدمة نتيجة احتكارها وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الكبرى، مما يؤثر علي حرية تدفق المعلومات من الدول المتقدمة للنامية.[xv]

ثالثاً:العولمة والتحديات التي تواجه صناعة الإعلام في القنوات الفضائية العربية:

تعرف العولمة بأنها العملية التي عن طريقها تصبح الأسواق والإنتاج في الدول المختلفة يعتمد كل منهما علي الأخر بشكل متزايد بسبب ديناميكيات التجارة في السلع والخدمات، وتعرف أيضا بأنها عالم من دون دولة، من دون أمة، من دون وطن أنها عالم المؤسسات والشبكات العالمية، عالم الفاعلين عالم المسيرون والمفعول بهم، وهم المستهلكون للسلع والصور والمعلومات التي تفرض عليهم[xvi].

وفي ذلك الإطار علي الحكومات أن تتخذ بعض الخطوات لتتماشي مع العولمة وهي إلغاء الحواجز التجارية والجمارك علي السلع الأجنبية، وإلغاء الدعم ومراقبة الاسعار إيمانا بمبدأ أن الأفضل سيستمر، وخصخصة المؤسسات الاقتصادية الحكومية، وتشجيع الاستثمارات الأجنبية[xvii].

يعرف البعض العولمة بأنها عصر المابعديات المرنة التي تحل محل الماقبليات الجامدة، حيث إننا دخلنا عصر ما بعد الأيديولوجيا وما بعد الحداثة وما بعد التاريخ، إذ أن هناك سيولة فكرية في الفكر الحديث تتناقض في طبيعتها مع فكرة النسق القيمى الفكري المتكامل، ولكن علي الجانب الآخر يلاحظ بروز فكرة الواحدية الإنسانية الإمبريالية إذ يصبح الغرب نموذج للأنا المقدسة "السوبرمان" التي تري في بقية البشر "السبمان" الذين يمكن هزيمتهم وتوظيفهم لنفعها، وبذلك انقسم العالم إلى الغرب وبقية العالم The West And The Rest، وفي ضوء ذلك المفهوم تستمر الممارسات

الخاصة بتقسيم ذلك الآخر بثرواته وأرضه عليها والنموذج الصارخ لذلك هو ما يحدث في فلسطين والعراق(xviii).

فالمفهوم الحالي للعولمة التي يراد بها فرض الهيمنة علي العالم هو الأمركة التي تفرض نوعا مختلفا من العلاقة بين الأنا والآخر كما يفسرها عالم الاجتماع ريمون كاربانتييه Carbanteih , Rimon من خلال رؤيته بأن الغير هم إما أتباعنا أو أعداءنا، فالإتباع نعني بهم من نعتمد عليهم لتحقيق أهدافنا، والأعداء هم منافسيناxix، ويعتبر البعض العولمة ظاهرة قديمة بدأت في القرن السابع عشر منذ الاستعمار الغربي لأسيا وأفريقيا حيث استطاعت الدول الاستعمارية فرض نظامها الثقافي والتجاري علي الدول الخاضعة لها(xx).

وقد ظهرت في هذا الإطار نظريتان في مطلع التسعينات من القرن الماضي مصدرهما الأساسي الولايات المتحدة الأمريكية، النظرية الأولي رائدها صموئيل هينجتون وعنوانها صراع الحضارات، وتخللت نظريته مقولة الصراع الحضاري القادم بين الغرب والإسلام، والنظرية الثانية ورائدها فوكاياما وعنوانها نهاية التاريخ والتي وصلت إلي خلاصة مفادها أن الحضارة الغربية هى الحضارة الوحيدة الموجودة الآن بعد انتصارها علي الحضارات الأخرى(xxi).لذلك قدمت أطروحة صراع الحضارات بين الغرب والإسلام خدمة كبيرة للإستراتيجية الغربية الأمريكية، وهي أطروحة كالمنشار تقطع الاتجاهين، حيث انها تهدف إلي تطويع الأوربين وضمان وجودهم تحت المظلة الأمريكية، بالإضافة إلي تبرير أي إجراء أمريكي مضاد للعالم الإسلامي، وبذلك أصبحت هناك أطروحة للترهيب وهي صدام الحضارات، وأطروحة للترغيب بالانضمام إلي الحضارة الواحدة(xxii).

وإذا كانت العولمة الرأسمالية اليوم تستند إلي مناخ عالمي خصب ظهر بنهاية الحرب الباردة وانهيار المعسكر الشيوعي، وانفتاح العالم ليكون رأسماليا باضطراد، حيث يبدو أن العالم أصبح لا يتحمل غير تطور وحيد، فالخطاب الكوني للنظام العالمي لا يخلو من تهديد للدول التي لا تندرج في مساراته، فإن ذلك يُنتج ظاهرة السيطرة

لمراكزة والاستبعاد والتهميش لأطرافه، وقد واجهت هذه المحاولات ردود أفعال أيديولوجية ودينية ورسمية رافضة، ووصل الأمر إلي تشبيه العولمة "بغول قادم لابتلاع العالم بانتماءاته وهويته وقيمه المختلفة"، وهذا يولد الهلع الذي يوُاجه بغريزة القطيع" ويمتد إلي فكرة أن رؤية الشر المحض في الآخر فيه تقليل من قدرة الآنا علي مقاومة هذا الشر[xxiii]، وينبع ذلك من تعريف البعض للعولمة باعتبارها آليه نزع التقوقع، حيث إنها بوسعها اختراق الأسوار دون سابق إنذار فهي تنطوي علي صيغة انذارية لوضعية علاقات بشرية جديدة لا سابق لها، ويرجع انتشار مفهوم الأمركة في العالم لعدة أسباب منها: هيمنة شركات الإعلان الأمريكية علي السوق العالمي مما يساعد علي توحيد الأذواق والأزياء، تفوق الولايات المتحدة في صناعة الموسيقي والسينما التي تُصَدر الفكر الأمريكي في قالب محبب للجمهور[xxiv].

وقد أدت العولمة إلي انقسام العالم انقساما حادا بين المجتمعات الصناعية الثرية والمجتمعات غير الصناعية الفقيرة، كما تؤدي جاذبية التطور التكنولوجي لإغراءات قوية علي مواطني المجتمعات غير الصناعية في امتلاك الأجهزة الحديثة، مما يؤدى إلي الضغط علي الموازنة الاقتصادية للدول، بالإضافة إلي عدم استخدام إمكانيات هذه الأجهزة إلا بقدر ضئيل[xxv].

بالإضافة إلي ما سبق، قد تبين خلال الفترة الأخيرة ضعف رؤوس الأموال المتجهة نحو بلدان العالم الثالث بحيث تركزت هذه الحركة في الأجزاء الغنية من العالم، بينما توجهت (25%) من رأسمال الشركات الكبرى بهدف الإستثمار في حقبة التسعينات من القرن الماضي إلي البلدان النامية وانخفضت هذه النسبة إلي أقل من (15%) خلال حقبة الثمانينات من القرن الماضي، بحيث أصبحت العديد من البلدان النامية معزولة عن الأسواق الرأسمالية العالمية بسبب تصاعد مشكلة الديون الخارجية، في حين تشهد البلدان الغربية إزالة الحواجز التي تحد من حرية انتقال وتدفق رؤوس الأموال وحركة السلع والخدمات منها شركة كوكاكولا الأمريكية علي سبيل المثال التي تدفع بمليونين دولار سنويا لمجموعة انتربابليك Interpublic الإعلانية لإنتاج وإذاعة

إعلانات موحدة لهذا المشروب في محطات وقنوات العالم[(xxvi)].

وتنامت علي نطاق واسع ظاهرة عدم التوازن علي الصعيد الإعلامي حيث أوضحت دراسات عديدة أن ثلث العالم يعيش في تخمة إعلامية، في حين يعيش ثلثي العالم في حالة تبعية من خلال الاعتماد علي وكالات الأنباء الغربية[(xxvii)] التي تقدم إطار للفهم سابق التجهيز A readymade Framework of understanding تصاغ من خلاله الأحداث المختلفة بوجهة النظر الأمريكية.

وترجع خطورة هذا الوضع للأهمية المتزايدة للإعلام، حيث إنه يؤكد على أن لا تنمية دون دخول القرن الحادي والعشرين من أبوابه الصحيحة التي تشمل: الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويكفي الإشارة إلي حجم المعرفة التكنولوجية التي كان يملكها العالم في عام 1991 وهو يمثل فقط (1%) من حجم المعارف التكنولوجية التي من المتوقع وجودها عام 2050 ولهذا ستكون التكنولوجيا هي المعيار الأوحد للحكم علي تقدم الشعوب أو تخلفها[(xxviii)].

إن السياسات العربية في مجال تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الأقمار الصناعية لا يمكن أن نطلق عليها سياسات نقل تكنولوجيا وهو يعني انتقال المعرفة من البلد الأم إلي بلد آخر للاستخدام، ذلك أن شراء التكنولوجيا يعد نقلا بالمعني المادي من شراء الأجهزة والتجهيزات وتجاهل للدور الرئيسي للعلم والبحث والمنهج وراء إنتاج هذه الأجهزة أو سر الصنعة.[(xxix)]

وقد حذر من ذلك الوضع الفيلسوف "ليوتاد" في كتابه "شرط ما بعد الحداثة"، حين ذكر أن المعرفة بصفتها سلعة معلوماتية لا غني عنها للقوة الإنتاجية التي أصبحت من أهم مجالات التنافس العالمي، ولم يستبعد أن تدخل دول العالم الأول في حرب من أجل السيطرة علي المعلومات كما حاربت في الماضي من أجل السيطرة علي المستعمرات.[(xxx)]

وحذرت العديد من الكتابات العربية في المقابل من خطورة الغزو الإعلامي

الغربي الذي يهدف إلي تدمير العالم الثالث أخلاقيا وعقائديا، خاصة أن الوضع الراهن في دول العالم الثالث له بنية قابلة للاختراق بسهولة، ويرجع ذلك إلي أن الإعلام العربي أصبح غير متكافئ مع مثلية الغربي مما أدي إلي انصراف المشاهد العربي إلي المضمون الغربي خاصة في مجال الأخبار – الذي يتميز بالكفاءة والجودة.[xxxi]

ويرى سيلر ومانييت إن المعلوماتية بها أهم أركان الاستعمار الحديث، ذلك أن عملية التطور التكنولوجي والمعلوماتي في الغرب سيكون لها نتائج هائلة في صناعة الاتصال **منها:**

- تزايد عدم التوازن وعدم المساواة في العالم في مجال المعلومات والإعلام، نتيجة الضعف الإعلامي في الدول النامية غير المؤهله بعد لهذا التحول.
- إن الشركات الغربية الكبرى تسيطر علي تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة بما يوضح استراتيجية الغزو الاستعمارى الجديدة، خاصة أن أغلب هذه الشركات هي أمريكية الجنسية مما يعطي للاقتصاد الأمريكي بعد عالمي مما أدي إلي فرض الثقافة الأمريكية علي شعوب العالم[xxxii].

هناك اتجاهات مختلفة في الدول المتقدمة نحو النظام الإعلامي العالمي الجديد منها:

- اتجاه يركز علي شرعية مطالب الدول النامية بالحفاظ علي هويتها ولا يري تناقضا بين ذلك وحرية الإعلام.
- اتجاه يركز علي حرية الإعلام ويعتبرها الأولى بالحصول علي مجهود في هذا المجال وعلي حساب الثقافات المحلية، وعلي الجانب الآخر هناك اتجاهات مختلفة في الدول النامية نحو النظام الإعلامي العالمي الجديد منها:
- اتجاه يرى أن الثقافة القومية لدول العالم الثالث تتعرض للغزو من خلال الوسائل الإعلامية التي تبثها الدول الغربية.
- اتجاه ثوري يرى ضرورة إقامة نظام إعلامي عربي جديد مع القضاء علي كل ما

هو موجود الآن.

- اتجاه يري أن التحرير الجذري للإعلام سيتم بعد تعديل النظام السياسي العربي، ولا يتوقف الأمر علي ذلك من نقل للمعلومات بل يمتد إلي انتشار الثقافة الشعبية الأمريكية Popular American Culture وسيطرتها علي الأذواق، حتى صارت اللغة الإنجليزية وتحديدا اللهجة الأمريكية لغة عالمية بسبب التفوق الأمريكي في المجالين الاقتصادي والثقافي[xxxiii]، بالاضافة إلي التفوق الإعلامي الذي يعد سلطة ضاغطة في الدول المتقدمة والنامية علي حد السواء[xxxiv]، مما أدي إلي ظهور ما يعرف بالتبعية الإعلامية Media Dependency حيث أن ما تصدره الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية للدول النامية لا يوازي حجم ما تصدره الأخيرة لها، مما يؤدي إلي المساهمة في زيادة الاغتراب الثقافي[xxxv]، خاصة في ظل تقديم هذه الوسائل الغربية وخاصة وكالات الأنباء لأخبار ملونة وفقا لأهدافها الدعائية المختلفة، حيث انه بمراجعة التغطية الإعلامية التي قامت بها وكالات الأنباء العالمية للقضايا العربية خلال الأربعين عاما الماضية، يتضح عدم موضوعية القائمين علي هذه الوسائل[xxxvi]بالإضافة إلي التفسير الخاطئ لمبدأ التدفق الحر للأخبار، مما أدي إلي اختلال أطلق عليه "التدفق في اتجاه واحد" من الدول الصناعية إلي الدول النامية[xxxvii]وهي مشكلة أخطر من الرقابة التي كانت تفرضها الحكومات علي سوق الأفكار والأخبار حيث أن التقنيات الحديثة جعلت فرض الرقابة من الأمور الصعبة[xxxviii] بالإضافة إلي تأثير البث المباشر من خلال القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت، الذي إنعدمت معه فاعلية التعتيم الاعلامى وإخفاء المضامين الإخبارية والإعلامية المختلفة، أو تبرير تصرفات خاطئه لبعض المسئولين، وإضفاء حالة من التعظيم عليهم، فلقد أصبح كل ذلك صعبا في ظل وجود رأي عام واعي وناضج ومطلع علي وسائل الإعلام العالمية[xxxix]، حيث يرى البعض أننا نحيا عصر الاستعمار المتعددة الأبعاد Multiple Imperialism فهناك: استعمار ثقافي، استعمار لغوى، استعمار

إعلامي، استعمار معلوماتي، واستعمار الكتروني، ويعد أهمهم هو الاستعمار الإعلامي **الذي يتكون من أربعة عناصر هي:**

- تصدير البرامج التليفزيونية الأمريكية لدول العالم وهي برامج علي درجة مرتفعة من الكفاءة المهنية وجوده الشكل لكنها تروج لأفكار وقيم تدمر الثقافات التقليدية كالإلحاد والإباحية والشذوذ.

- الملكية والسيطرة الأجنبية علي وسائل الإعلام وذلك بظهور الشركات متعددة الجنسيات المتخصصة في المجال الإعلامي التي لها فروع في أفريقيا وأسيا وأوروبا.

- فرض الأنماط التجارية الأمريكية في الإعلام من خلال تشجيع اعتماد وسائل الإعلام علي الإعلان في تمويل البرامج المختلفة مما يؤدي إلى زيادة تركيز هذه البرامج علي الترفيه لتسلية الجمهور حتى يقبل علي مشاهدة الإعلانات.

- فرض أسلوب الحياة الأمريكية علي شعوب العالم ترسيخا للحلم الأمريكي بما يسمي بتغريب العالم Westernizing The world وهو أسلوب لا يتناسب مع المجتمعات النامية بإمكانياتها المحدودة[xl].

وقد أوضحت العديد من الكتابات أن هناك ثلاثة أبعاد أساسية لمفهوم العولمة هي: البعد الاقتصادي والمقصود به أن العولمة هي نتاج الفكر الاقتصادي الذي يقوم علي فكرة الأسواق المفتوحة عالميا ومن مظاهرها ظهور الشركات متعددة الجنسيات، البعد السياسي ويعكس حرص وسعي الدول الغربية وخاصة الولايات المتحدة إلي فرض النموذج الغربي في الحكم والديموقراطية الغربية التى تعتمد علي التعددية وحرية الرأي والتعبير، والبعد الثقافي ويعنى أن العولمة فرضت مفهوم شمولي لطريقة الملبس والمآكل ونمط التفكير والحياة علي دول العالم بغض النظر عن خصوصية الثقافة المحلية[xli].

إن الإمبريالية الثقافية ظاهرة عالمية تعاني دول العالم النامي والمتقدم منها- وإن



اختلفت الدرجة-، وتختلف خطورة الإمبريالية الثقافية من بلد إلي آخر، وبمقدار ما تقترب ثقافة الغازي من المغزو تضييق حدود الأهمية، وكذلك بمقدار ما تواجه الثقافة الغازية من مقاومة من الثقافة المغزوة فإن الخطورة تتضاءل ولا تتلاشي، وتختلف المسألة بالنسبة للوطن العربي، فالثقافة العربية لا تواجه الثقافة الغازية في إطار موحد، إذا أن الكيانات الإقليمية -كالدول العربية- لا تقوم فيما بينها بالتنسيق لمواجهة الغزو الثقافي الإمبريالي الغربي، ومن ثم فالقضية بالنسبة للإنسان العربي تصبح مهددة لثقافته.

إننا في هذا العصر نواجه ما أسماه توماس ماكفيلMacphail, Thomas بالإمبريالية الإلكترونية والتي يعرفها "بأنها علاقة التبعية التي تأسست باستيراد معدات الاتصال والبرامج الأجنبية ومعها كل من البروتوكولات والفنيين، مما يخلق الأساس لمجموعة من المعايير والقيم الأجنبية، فالاستيراد يتنوع من الكتب الهزلية إلي الأقمار الصناعية[xliii]، حيث تشير الإحصاءات إلي أن الولايات المتحدة تملك أكثر من نصف حجم المعلومات والأخبار في العالم، وتلك هي المفارقة التي تدعو للسخرية فيما يتعلق بحرية الإعلام، وأكثر الوسائل التي تستخدمها واشنطن لتحقيق هذه الغاية هي وسائل الاتصال الإلكترونية والهيئات متعددة الجنسيات التي تنشر أسلوب الحياة الأمريكية[xliiii]، ومع هذا التوجه الأمريكي متعدد المسارات توفر الحكومة الأمريكية مخصصات مالية سخية لصالح برامج الإعلام الخارجي، ففي ظل التهيئة العسكرية الأمريكية علي أفغانستان تم إطلاق إذاعة موجهه للمستمعين الأفغان في ظل عهد طالبان، وتزامن ذلك مع إلقاء أجهزة الاستقبال الإذاعي من الطائرات العسكرية الأمريكية بكميات كبيرة علي مناطق تجمع الأفغان إبان تلك الحرب[xliv]لهذا من الواضح أن معارك القرن الحادي والعشرين معارك إعلامية معلوماتية، يعرف نتيجتها من يعرف كيف يستخدم تكنولوجيا الإعلام وصناعة المعرفة؟ [xlv]

تصنيفـــات التحديـــات التـــي تواجـــه الإعـــلام العربـــي:

يواجه الإعلام العربي بوجه عام وصناعة الأخبار في القنوات الفضائية بوجه

خاص في الألفية الثالثة الكثير من التحديات، ويمكن عرض هذه التحديات من خلال أكثر من تصنيف كما يلي:

التصنيف الأول: يقسم التحديات التي تواجه الإعلام العربي كما يلي:

التحديات العاجلة: وتتمثل في تجزئة جمهور وسائل الاتصال، وفقدان روافد جديدة لزيادة حجم هذا الجمهور، خاصة في قطاعات السينما والصحف والمجلات، وهو تحد له أبعاده الثقافية والسياسية وله تأثيراته السلبية علي اقتصاديات الإعلام العربي، ومن ثم علي قدرات وسائل الاتصال ذاتها في التوسع الرأسي والأفقي لمواجهة التكتلات الناشئة في صناعة الإعلام الدولي.

التحديات الآجلة: وتتمثل هذه التحديات في توفير فرص النمو أمام وسائل الإعلام العربي وتمهيد الطريق أمام التكتلات الإعلامية العربية التي يمكنها منافسة الإعلام الغربي، فالوسائل الإعلامية التي تعمل في مجال الأخبار أو الترفيه أو كليهما معا تخضع اليوم عالميا لمبدأ النمو أو الموت[xlvi] Grow Or Die.

التصنيف الثاني: يقسم التحديات التي تواجه الإعلام العربي علي النحو الآتي:

التحديات المهنية: وتتمثل في تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة، حيث يركز علي الأخبار الرسمية والمعالجات الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي لا يصلح في عصر الانفجار المعلوماتى، بالإضافة إلي أزمة الإعلاميين العرب الذين يتعرضون لشتي أنواع الضغوط والرقابة.

التحديات التكنولوجية: وتتمثل في حاجة الدول العربية لتطوير شبكات الاتصال السلكية واللاسلكية، ومعالجة الخلل الإعلامي والمعلوماتى بين من يملكون هذه التكنولوجيا الحديثة ومن لا يملكونها[xlvii].

التصنيف الثالث: يقسم التحديات التي تواجه الإعلام العربي علي النحو الآتي:

التحدي الاقتصادي: حيث ظهر مع تزايد أعداد القنوات الفضائية العربية جليا

الفراغ في الإنتاج الذي يتعذر معه تغطية المساحة الزمنية للبث، مما يفرض مزيدا من الإنتاج العربي المحلي الجديد لكي يستطيع منافسة القنوات الأجنبية حتي لا ينصرف عنها المشاهد.

التحدي الثقافي: حيث يواجه العالم العربي غزوا ثقافيا من الغرب يجب مواجهته، باعتباره يستهدف التأثير علي عقول المشاهدين العرب.

التصنيف الرابع: يقسم التحديات التي تواجه الإعلام العربي علي النحو الآتي:

محدودية حرية نشر وإذاعة المعلومات عبر الإعلام العربي مما يؤدي إلي افتقار الإعلام العربي إلي الجرأة والصدق(xlviii).

انصراف المشاهدين إلي إشباع حاجاتهم المعلوماتية والترفيهية من خلال قنوات غربية متعددة، وتضع هذه المسألة القنوات العربية أمام بدائل واسعة وقوية للمنافسة.

انكسار حلقة التمييز بين المحلي والعربي والعالمي مما يجعل صانع البرامج أمام ضرورات لم يعتد عليها من قبل وخاصة من جهة صناعة المادة الاعلاميه ذات المستوى التقني الراقي.

انحسار دائرة الولاء الخاصة بالمادة التلفزيونية بحيث يمكن القول بوجود مشاهد شامل اليوم يتخلي عن القطرية، ولا يهمه سوى ما يشبع احتياجاته المتعددة خاصة مع اعتبار مناطق معينة مسكوتا عنها في الخطاب الإعلامي العربي، مما يساهم في انصراف المشاهد عن الإعلام العربي الذي يهمل هذه القضايا فيفتقد إلي المصداقية في بعض الأحيان(xlix).

وهناك مجموعة من الأسباب تفسر اختلال الأداء علي مستوي الإعلام العربي بوجه عام وعلي مستوي القنوات الفضائية العربية بوجه خاص، **ومن أهم هذه الأسباب ما يلي:**

- ضعف أو سوء الإدارة ويتمثل في نقص المهارات الإدارية أو نقص الوعي بأهمية

الخدمة التليفزيونية.

- الضعف المادي فيما يتعلق بالتمويل أو شراء الأجهزة التكنولوجية الحديثة.
- وجود قصور في الأهداف التي يسعي الإعلام لتحقيقها، منها أن هذه الأهداف تتصف بالعمومية أو الغموض أو التناقض.
- ضعف التخطيط مما ينعكس بدوره علي التنفيذ، وضعف الرقابة الواعية التي تتضمن تجاوب الأداء مع المتغيرات البيئية[I].

وفي هذا الإطار، يحتاج الإعلام العربي الفضائي إلي إيجاد الكوادر الفنية في مجال الإعلام وتدريبها وتطوير شبكات الاتصال الوطنية بين البلدان العربية من ناحيه وفيما بينها وبين الإعلام الخارجي من ناحية أخرى، وتوحيد الجهود والإمكانيات العربية لإنشاء وكالة أنباء عربية علي مستوي عالمي لحماية الإعلام العربي من الاستغلال الأجنبي[II]، ويعد الاتجاه نحو إنشاء كيانات إعلامية كبري والاندماج الاقتصادي الاتجاه الحديث الذي يعد جزءا منه ظاهرة العولمة التي نعيشها الآن والتي يعد مبدأ الأكبر هو الأفضل Bigger is Better هو احد مبادئها الهامة[III].

رابعاً: المستجدات الحديثة في صناعة الإعلام التليفزيوني الدولي:

إن الأخبار هي شكل إعلامي متميز يقبل الجمهور علي متابعته ولهذا ظهرت مؤخرا قنوات إخبارية تبث علي مدار الساعة طوال أيام الأسبوع بما يعرف بـــ (7/24)؛ حيث تعتبر الاستمرارية سمة حديثة أصبحت تتسم بها صناعة الأخبار التليفزيونية، فالأخبار أصبحت تبث علي مدار الساعة Twenty Four Hours Continuous News [IIII]، وتستخدم تكنولوجيا رقمية حديثة في نقل المضامين المحلية والدولية بشكل فوري، ويوجد آمران يجب مراعتهما عند التعامل مع هذا المضمون الإعلامي **وهما:**

- إن الأخبار ليست مادة شفافة أو موضوعية أو غير متحيزة، وليست نافذة علي

العالم.

- ضرورة أن تقدم الوسيلة أخبارا منوعة لتلبية احتياجات متنوعة للجمهور ومنها: التعرف علي الأحداث في العالم لحظة بلحظة خاصة في أوقات الأزمات[liv]، قضاء وقت الفراغ، وإيجاد موضوعات تصلح للحديث مع الآخرين.

وأكد ماكلوهان منذ سنوات علي خطورة تقديم الأخبار بشكل مستمر وظهور مصطلح القرية العالمية Global Village وتنبأ أن الولايات المتحدة ستخسر الحرب في فيتنام، واستند إلي أن الحرب الفيتنامية قد تحولت إلي حرب تليفزيونية والتلفزيون بدوره قد حول العالم إلي قرية عالمية وسكان هذه القرية لن يسمحوا للولايات المتحدة في مواصلة قصف فيتنام إلي ما لا نهاية، أى أن التليفزيون بإمكاناته الواسعة من صوت وصورة وحركة وفورية في نقل الأحداث نقل للعالم لحظة بلحظة هول وبشاعة الحرب علي فيتنام، مما ولد مشاعر عداء شديد ضد الولايات المتحدة وخاصة من داخل أمريكا نفسها وأدي إلي تأليب الرأي العام الأمريكي والعالمي وإجبار الإدارة الأمريكية علي إيقاف الحرب عام 1973[lv].

كما ظهر مصطلح حديث فى مجال الأخبار هو Infotainment وهو مزيج من مفهوم الترفيه والإعلام، والمقصود به أن المضامين الإخبارية التى تغطى الحوادث والجرائم يتم معالجتها إعلاميا بشكل مشوق يقترب من أسلوب المضامين الترفيهية حتى تجذب المشاهد لمتابعها، ومن هذه النماذج التغطية الإخبارية لحرب تحرير الكويت، حيث إنها كانت تغطية ترفيهية أكثر من كونها تغطية إعلامية[lvi]، إذ أستخدم فن الجرافيك بها على نطاق واسع، بالإضافة إلى استخدام المؤثرات الصوتية والتقطيع السريع للقطات الفيلمية داخل الخبر[lvii]، كما ظهر الاتجاه نحو إجراء استطلاعات للرأى تستهدف التعرف على أهم القصص الإخبارية التى يفضل الجمهور مشاهدتها فى النشرات الإخبارية، بالإضافة إلى استطلاع آراء الجمهور حول مستوى قراء النشرة والمراسلين، واستطلاع آرائهم فى كيفية تطوير النشرات شكلا ومضمونا ويتم ذلك بالاعتماد على ذاكرة الجمهور أومن خلال عرض عينات عشوائية من قصص إخبارية

عليهم، وهو الاتجاه الذى يواكب مرحلة التفاعل Interactive Stage التى نعيشها الآن[lviii]، حيث يستعان بعينات عشوائية من النشرات لتجنب ما يسمى أخطاء التذكر والفهم أثناء التعرض للأخبار، **والتى تتحدد فى ثلاث فئات هى:**

- **الخلط Confusion:** حيث تبين أن بعض المبحوثين غالبا ما يخلطون بين مضمون القصة الإخبارية والقصص الأخرى التى تتشابه معها فى الأحداث، أو قد يحدث الخلط نتيجة عدم فهم القصص بشكل صحيح.
- **التعميم المبالغ فيه Overgeneralization:** حيث يميل البعض إلى فهم المعلومات بشكل أكبر مما تلقاها عليه، فمثلا يذكر البعض حدث ما وقع فى العراق على إنه وقع فى الشرق الأوسط.
- **الاستعانة بالمعرفة السابقة Importation:** حيث يملأ المبحوثون الفجوات التى تحدث فى كل من الذاكرة الحديثة أو الدلالية بالمعلومات التى إكتسبوها مسبقا عن أحداث مماثلة[lix].

ويعد هذا التقارب بين صناعة المضامين الإخبارية والمضامين الترفيهية من الاتجاهات الحديثة فى مجال الأخبار، حيث بدأ هذا الاتجاه خلال الثمانينات والتسعينات من القرن الماضى، وأصبحت بعض البرامج الترفيهية تقدم مناقشات حول موضوعات جادة وأصبحت بعض المضامين الإخبارية تستخدم بعض تكنيكات المضامين الترفيهية فى أساليب التصوير والموسيقى المستخدمة وديكورات الاستوديوهات لإضفاء روح مختلفة على المضامين الإخبارية التى تتسم بالجدية والجفاف، حيث إن لم تقم الوسيلة بذلك لن تستطيع جذب انتباه الجمهور لها[lx]فلقد أصبحت الأخبار نوعا من الترفيه وتحقق هذا الإشباع Gratification لكثير من المشاهدين من خلال تقديم المذيع للنشرة وهو يقف فى مكانه أو وهو يتحرك فى الأستوديو أو ينزل من سلم داخل الأستوديو ليستعرض ديكوراته ويخلق نوع من الإيقاع، بالإضافة إلى نوعية ملابس قارئ النشرة التى اختلفت عن الماضى وأصبحت تميل للألوان المبهجة، ناهيك عن السماح بالتعليقات الكوميدية بين قارئى النشرة لتخفيف وطأه الأخبار، فضلا عن

الأخبار الطريفة Kicker News التى تختتم بها النشرة، حيث لم تعد النشرة قاصرة على الأخبار السياسية فقط بل أصبحت هناك أخبار الاقتصاد والأزياء والرياضة والاختراعات والفنون معها، بحيث أصبح من الصعب الفصل بين صناعة الأخبار والترفيه فى العصر الحديث(lxi).

- وقد ظهرت اتجاهات حديثة فى التسعينات من القرن الماضى فى إنتاج النشرات الإخبارية، منها أن تضم النشرات أخبار فضائح وجرائم وحوادث مثيرة بالدرجة الأولى، وسميت بأخبار التابلويد التليفزيونية Tabloid Television News ، وبذلك أصبحت الأخبار التلفزيونية أقل جدية وأصبح هناك أهمية خاصة للأخبار الاجتماعية والإنسانية(lxii).
- كما ظهر ما يسمى "بالدراما الوثائقيه "The Docudrama" لوصف نمط التغطية الإخبارية للصراعات والأزمات من قبل القنوات الإخبارية المختلفة، حيث يرى بعض الباحثين أن هذه القنوات تعيد خلق الواقع المتأزم الذى يفرز الصراعات المعنية وفقا لرؤيتها الخاصة وتعبيرا عن هويتها ومرجعيتها المعنية، الأمر الذى يستلزم إعادة النظر فى مفاهيم الحياد والتوازن بوصفهما قيما تحكم العمل الإخبارى(lxiii)حيث يتم إعادة تمثيل مشاهد من الأخبار الواقعية بالاستعانة بممثليين حيث تقدم الاخبار فى قالب وسطى درامى وتسجيلى حيث يستفيد من امكانات الشكليين الإعلاميين.
- بالإضافة إلى ظهور شريط الأخبار New Real وهو شكل حديث من الجريدة الناطقة، إذ تظهر على الشاشة أخبار سريعة تقع الآن أو وقعت منذ قليل، وأدى ظهور الشريط إلى ضغوط متزايدة على المحررين(lxiv)، حيث يجب أن تهتم القناة التى تلجأ إلى استخدام الشريط بعده أمور منها: طبيعية الخبر المعروض على الشريط، توقيت عرض الشريط بالنسبة لتوقيت وقوع الحدث الأصلى، الاهتمام بإعادة الخبر المعروض عبر الشريط أكثر من مرة حتى تضمن القناه وصوله لأكبر عدد من المشاهدين (lxv).

- ومن عناصر الجذب التى تشكل أهمية وقيمة مضافة لصناعة الأخبار توافر المواد الفيلمية المصاحبة Availability Of Visual Material حيث يعتبر الخبر الذى تصاحبه مادة فيلمية جذابة أكثر قابلية للإذاعة من الخبر الذى يقتصر على مضمون مقروء فقط[lxvi]، ويعد استخدام رسوم الجرافيك Computer Aided Graphic أو اللقطات الأرشيفية البديل الحديث العملى الذى يصاحب القصة الإخبارية لتوضيح معناها عندما لا تتوافر لها مادة فيلمية[lxvii]، حيث أن أهمية الصورة فى الخبر "كمضمون إعلامى" تحولت بعد ظهور التلفزيون إلى أحد أهم عناصر تقييم جودة القصة الخبرية، فلقد أصبحت الصورة الفيلمية المصاحبة للخبر من العناصر الهامة فى تقييم الخبر إذ تضيف له ثقلا يزيد من احتمالات إذاعته، وبالتالى أصبحت الأخبار التلفزيونية كمضمون إعلامى لها قيمة مضافة عن الأخبار الإذاعية.[lxviii]

- ومن الظواهر الحديثة التى أثرت على صناعة الأخبار اختراع جهاز التحكم عن بعد Remote Control الذى جعل الواقع الإتصالى أكثر تعقيدا بالنسبة للإعلامي، لأن اختيار الاستمرار فى مشاهدة مضمون ما أو عدم مشاهدته أصبح أسهل بالنسبة للمشاهد، حيث يمكنه بسهولة التحويل من قناة لأخرى إذا ما شعر بالملل من المضمون التلفزيونى المعروض، مما يجعل المشاهد فى حالة إستنفار دائم تجاه المضمون المعروض، حيث لا يصبر على مشاهدة فقرة غير جذابة فى برنامج أو قصة إخبارية غير متميزة فى نشرة، فينتقل من مشاهدة هذه القناة إلى مشاهدة قناة أخرى، وبالتالى يضيع جهد فريق العمل الإخبارى هباءً، مما جعل مهمة الإعلامى أكثر صعوبة من الماضى حيث كان صناع المضامين التلفزيونية يعتمدون على إعداد مقدمه وخاتمه جذابه لعروضهم التلفزيونية، أما فى العصر الحالى فكل ثانيه من ثوانى المضمون الاعلامى يجب ان تكون جذابة لأنه يَنضم إليك مشاهد جديد وتحكم عليك وينصرف عقل مشاهدك الحالى اذا لم تحتفظ بجاذبية المضمون طوال فترة عرضه، حيث أن الإيقاع البطئ للنشرة أو القصص الإخبارية غير الجذابة تؤدى إلى انصراف المشاهد عن المضمون وضياع الجهد[lxix]، بالإضافة إلى تراجع الاهتمام بالأخبار كعادة Losing The News Habit، حيث أصبح الاهتمام بالأخبار يتركز فى أوقات الأزمات فقط، عكس ما هو متعارفٌ عليه فى الماضى

من الاهتمام بالأخبار، ومن مازال من الجمهور يحتفظ بعادة متابعة النشرات الإخبارية فى وقت ثابت فهو لا يشاهدها كاملة بسبب الانتقال بين القنوات بواسطة جهاز التحكم عن بعد The Remote Control، فمنهم من يكتفى بمشاهدة الأخبار التى ترد فى مقدمة النشرة ومنهم من يشاهد الأخبار التى ترد فى خاتمة النشرة فقط (lxx)ويعد جهاز التحكم عن بعد Remote Control تحديا جديدا يواجه صناعة الإعلام حيث إنه لا يسمح للمشاهدين بالحكم السليم على المضمون الإعلامى المعروض، إذ زادت عمليات التعرض الإنتقائى بشكل يؤذى الإعلامى، حيث أصبح يتم الحكم على المضمون الإعلامى فى كل دقيقة (lxxi)، بالإضافة إلى وجود ظواهر حديثة فى البيئة الإعلامية العربية منها ظهور قنوات فضائية غربية موجهة باللغة العربية تتميز بتقديم مضامين إحترافية فى قوالب متطورة وجذابة تنافس القنوات الفضائية العربية المثقلة بالعديد من المشكلات ومنها: الرقابة، نقص الإمكانات، وقلة الكفاءات المدربة، وفى ذلك الإطار يقبل المشاهد العربى على متابعة هذه القنوات التى تقدم له دعاية رمادية مغرضة، وهنا تظهر إزدواجية المشاهد العربى التى تقترب من الرواية المعروفة عن دكتور جيكل ومستر هايد حيث إنه يعلن رفضه لهذه القنوات وإيقانه بأهدافها السلبية من ناحية وترتفع معدلات مشاهدته لها بدرجة كبيرة، خاصه عندما تقدم هذه المضامين تحت مظله عربيه مثل قنوات MBc2، MBC4، MBC Action، ONEtv التى تعمل تحت مظلة إعلام سعودى واماراتى مما تكون معدلات مشاهدتها اعلى من قنوات فضائية غربية اهرى تبث باللغه العربية لكن تمويلها اجنبى مثل الفترات المترجمة للعربية فى إرسال قنوات TV5 الفرنسية، وقناة DW الالمانية، والعالم والحرة ولهذا فالقنوات الفضائية التى تقدم مضموناً أجنبيا بتمويل عربى يجب أن تتوخى الحذر والانتقاء الشديد للمضامين المقدمة بها لأنها تتسم بمصداقية أعلى لدى الأسرة العربية من القنوات الفضائية الأجنبية باللغة العربية ذات التمويل الاجنبى، لهذا فان تأثيرها مباشر وسريع و لكن من الملاحظ من متابعة هذه القنوات أنها تقدم أفلام وبرامج بشكل عشوائى لايتسم بالرقابة فى الأفكار التى يحتويها أو المشاهد التى يعرضها مما يكون له ابلغ الأثر على الأسرة العربية خاصة أنها قنوات مفتوحة وغير مشفره.

أولا: الإذاعات الموجـــه:

كان اختراع الراديو فى العشرينيات بداية لمرحلة جديدة من مراحل استخدام الكلمة وتوظيفها فى أغراض الدعاية والتوجيه، واستخدمت الإذاعة – منذ ذلك الوقت فى عمليات الدعاية ونشر الشائعات وغسيل المخ استخداما فعالا(i).

وانتشرت الإذاعات الموجهة على أثر الهواة فى استخدام الموجات القصيرة، ولعل روسيا كانت أول الدول التى تنبهت إلى أهمية هذا النوع من الاتصال واستخداماته فى المجال السياسى، كما استخدمت ألمانيا الإذاعة لمد العالم بأخبار الحرب عن طريق إشارات مورس **ألا أن** د. سهير بركات ترى – ونتفق معها تماما – فى أن الإذاعات الدولية لم تصل إلى مفهومها الحالى إلا فى أواخر العشرينيات بعد أن مرت **بالمراحل الآتية**[ii] :

- مرحلة تبادل البرامج بين إذاعات الدول المختلفة: وتعتبر محطة KSKA الأمريكية المحطة الرائدة فى هذا المجال، إذ وجهت برنامجا إذاعيا خاصا إلى انجلترا بمناسبة رأس السنة الميلادية عام 1923 وتم التقاطه وإعادة إذاعته على جمهور المستمعين البريطانيين.
- مرحلة إذاعات الدول الاستعمارية إلى مستعمراتها : التى بدأت من إذاعة هولندا بالبث إلى مستعمراتها فى جزر الهند الشرقية بصفة منتظمة عام 1929 تبعتها إذاعة فرنسا إلى مستعمراتها عام 1931، والتى أدخلت ابتكارين فى إذاعاتها الموجهة هما البث إلى كل منطقة فى التوقيت المناسب لها محليا وبلغاتها إلى جانب اللغة الفرنسية، وتلت هولندا وفرنسا انجلترا عام 1932، وبليجكا عام 1934 وإيطاليا عام 1935.
- مرحلة إذاعات الدول إلى مواطنيها المغتربين: كسويسرا وتشيكوسلوفاكيا ولبنان حيث بدأ العمل عام 1935 بإذاعة سويسرا الموجهه إلى السويسريين المقيمين فى الولايات المتحدة والأرجنتين لتوطيد العلاقات بين المهاجرين والوطن الأم.

- مرحلة استخدام الإذاعة الدولية لأهداف سياسية: وكانت إذاعة موسكو عام 1930 تذيع إلى العالم الخارجى بخمسين لغة ولهجة مختلفة، واستخدمت ألمانيا النازية الإذاعة الدولية فى الدعاية لمبادئها منذ عام 1933 وظهرت إذاعات بالعربية منها: راديو بارى الإيطالي عام 1932 والقسم العربى بهيئة الإذاعة البريطانية عام 1938 للرد على الدعاية الإيطالية وتفنيدها، وبدأ الإتحاد السوفيتى يوجه إرسالا بالعربية عام 1943.

ويمكن حصر أهم الأسباب التى دفعت إلى الاهتمام بتوجيه إذاعات باللغة العربية لمخاطبة شعوب المنطقة العربية **ومنها**[iii] :

- رغبة الإذاعات الدولية فى إضافة اللغة العربية إلى قائمة اللغات التى تستخدم فى البث خارج الحدود.
- أهمية المنطقة العربية بالنسبة لمصالح الدول الكبرى.
- العلاقات الخاصة التى تربط بين دول المنطقة العربية والدول الاستعمارية الكبرى منذ زمن بعيد واستمرار هذه العلاقات حتى بعد الاستقلال.
- الأزمات السياسية والعسكرية التى تشهدها المنطقة العربية لاسيما بعد قيام إسرائيل.
- أهمية المنطقة العربية كقوة شرائية ضخمة وكسوق مستهلكة لمنتجات وبضائع الدول الصناعية الكبرى.
- رغبة العديد من الدول الإسلامية فى توجيه إرسال إذاعى باللغة العربية لتوثيق الصلات مع شعوب المنطقة العربية والإسلامية.
- ويمكن تحديد نوعيات الإذاعات الموجهة باللغة العربية ونسب ساعات ارسالها فى **ثلاثة أنواع**[iv] :

- الإذاعات الموجهة لأغراض سياسية بنسبة 82.61% من إجمالى الإرسال الأسبوعى للإذاعات الموجهة باللغة العربية.

- الإذاعات الموجهة لأغراض تجارية بنسبة 11.38% من إجمالى الإرسال الأسبوعى للإذاعات الموجهة باللغة العربية.

- الإذاعات الموجهة لأغراض دينية بنسبة 6.11% من إجمالى الإرسال الأسبوعى للإذاعات الموجهة باللغة العربية.

وتعتبر الإذاعات السرية من أخطر الإذاعات الموجهة، حيث تحاول اخفاء مصدرها لسبب أو لآخر للتمويه عن مكانها، وتعتبر إذاعة صوت مصر الحرة أول إذاعة سرية معادية للشعب المصرى وبدأت عام 1955، وتزايد عدد هذه المحطات حتى بلغ عام 1958 احدى عشر إذاعة سرية ضد مصر وكانت تعمل لحساب المخططات الإستعمارية وتحاول تحقيق نفس الأهداف القديمة التى وضعتها إنجلترا وفرنسا وهى(v) :

- عزل الرئيس عبد الناصر بعد تقويض حكمه من الداخل.

- الادعاء بتغلغل شيوعى فى مصر وسوريا.

- تجميع الدول العربية والإسلامية حول حلف بغداد.

ويذكر الإعلامى الكبير الراحل أحمد طاهر أن إرسال الإذاعات السرية بلغ حوالى ألف ساعة مقابل 17 ألف ساعة تذيعها الإذاعات الموجهة العلنية(vi) .

ويعتبر راديو سوا بمعني (معا) الذى بدأ إرساله يوم 22مارس 2002 أحدث الإذاعات الموجهة باللغة العربية برعاية إذاعة صوت أمريكا، والتى تذاع فى بعض الدول العربية مثل الكويت والأردن على موجه F.M ولكل دول الشرق الأوسط على الترددات الصوتية على الأقمار الصناعية لعربسات ونايلسات. وتعتمد محطة راديو سوا أو راديو الشرق الأوسط الممول من الحكومة الأمريكية والموجه إلى العالم العربى الأسلوب السريع فى التزويد بالأخبار وشعارها: "تنقل لك الخبر بالصوت لتكتمل عندك الصورة" بالإضافة الى تقديمها جرعة متميزة من أحدث الاغانى العربية والأجنبية بدون فواصل وذلك لجذب المستمعين الشباب لها حيث تستهدف هذه الإذاعة

المستمعين الذين تقل أعمارهم عن الثلاثين عاما[vii].

ثانيا: وكـالات الأنبـاء News Agency

عرفت اليونسكو وكالات الأنباء الدولية بأنها هيئة إعلامية تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأنباء فى عدد من الدول تستخدم موظفين فى مراكزها الرئيسية لتحرير هذه الأنباء العالمية والمحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى مكاتب الوكالة فى الخارج للتوزيع على الصحف ووسائل الإعلام والوكالات المحلية المتعاملة معها[viii] وعلى الرغم من الشعارات التى ترفعها الوكالات ومنها الموضوعية والحياد فى صناعة الأخبار فلا يمكن أن نغفل تأثير عنصر الاحتكارية الصناعية الرأسمالية على معالجتها للأخبار[ix] .

وهناك مجموعة من الخصائص الرئيسية التى تشترك فيها الوكالات الدولية الرئيسية التى أسهمت فى فرض هيمنتها على سوق الأخبار الدولية وهى: الميراث الطويل من الخبرة الإعلامية، الاهتمام بالتطوير الدائم لإمكانياتها المختلفة فى ظل فلسفة العمل فى بيئة تنافسية، وكونها ترجع أصولها إلى دول استعمارية وذلك يمنحها قوة من ناحية واستقلالية عن الحكومات من ناحية أخرى، لهذا ينظر للأخبار باعتبارها سلعة قابلة للبيع والشراء[x]، وقد ساعدت عدة عوامل فى نمو وازدهار وكالات الأنباء فى أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية فى النصف الثانى من القرن العشرين وتتمثل هذه العوامل فى: عوامل تكنولوجية وهي فى ظهور المستحدثات التكنولوجية فى هذه الدول، وعوامل اجتماعية اقتصادية وتتمثل فى توافر قاعدة علمية قادرة على إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، وعوامل إعلامية وتتمثل فى ازدهار الصحافة رخيصة الثمن Penny Press واشتعال المنافسة بين الصحف ووسائل الإعلام المختلفة وظهور مفهوم السبق الصحفى بقوة[xi] .

وهناك عدة تصنيفات لوكالات الأنباء منها:

التصنيف الأول: تصنيف وكالات الأنباء طبقا لنطاقها الجغرافي:

أ- **وكالات الأنباء العالمية:** وهي عدة وكالات تسيطر على صناعة الأخبار في العالم من حيث جمعها وتوزيعها، نظراً لامتلاكها إمكانيات كبيرة في جمع الأخبار وتحريرها باستخدام نظم الكوابل والألياف البصرية والأقمار الصناعية والنظم الإلكترونية للتخزين واستعادة وتحرير ونقل الأخبار(xii) .

ب- **وكالات الأنباء الإقليمية:** وهي تقوم بجمع الأخبار من إقليم محدد يجمع داخل دائرته أكثر من دولة، ويوجد نوعان من الوكالات في هذا الإطار هما: وكالات تمتد أنشطتها لتغطي مناطق أخرى خارج حدود دولتها مثل: وكالة الأنباء الألمانية التي تغطي خدماتها 78 دولة، ووكالة أنباء الشرق الأوسط وتغطي خدماتها 25 دولة، ووكالات إقليمية تم إنشائها على أسس جغرافية أو سياسية أو دينية مثل: وكالة الأنباء الإسلامية، ووكالة الأنباء الأفريقية(xiii).

جـ- **وكالات الأنباء الوطنية:** هي التي تقوم بعملية جمع للأخبار وتوزيعها في دولة واحدة بصفتها أخبارا محليه صرفه، ويعاني هذا النوع من الوكالات من ضعف الإمكانات المادية، وتمتلك العديد من الدول العربية هذا النوع من الوكالات.

التصنيف الثاني: تصنيف وكالات الأنباء طبقا لحجمها:

أ- **وكالات الأنباء الكبيرة:** التي تعد بمثابة " تجار الجملة Wholesalers" لتجميع الأخبار ونقلها عبر وسائل الاتصال الوطنية والدولية، ويقوم مراسلو وكالات الأنباء الدولية بجمع الأخبار وتحريرها من منظور غربي من حيث الشكل والمحتوى، وأهم وكالات الأنباء الكبيرة هي:

1- **وكالة الأنباء البريطانية Reuters:** تعتبر رويترز ثالث أكبر الإحتكارات الإعلامية في العالم وقد بدأت نشاطها عام 1851، وإتخذت شكل إتحاد لا يستهدف تحقيق الربح، حيث إنها ملكا لإتحاد الصحف البريطانية، بالإضافة إلى وجود

شركاء في هذا الإتحاد مثل وكالة أنباء استراليا ونيوزلندة والهند وذلك لضمان إستقلاليتها المادية، وتوجد أربعة عناصر قوة تتميز بها وكالة رويترز كوكالة عالمية كبرى هي: كونها شركة أخبار ومعلومات دولية تعرف بسرعتها ودقتها وحاليتها في تغطية الأحداث المختلفة، تمتلك شبكة اتصال متطورة باستمرار وخط إنتاج يتميز بالجودة والاتساع، توفر دعما ماديا كبيرا لتغطية الأزمات، ولها سمعة إعلامية دولية معترف بها[xiv] ، وذلك منذ نشأتها حيث أن وكالة رويترز هي أول من أذاع نبأ هزيمة نابليون الثالث واستسلامه وحصل مراسل الوكالة على هذا النبأ من مصدر هام وهو بسمارك نفسه[xv]، و هو ما يؤكد أن سياسة الوكالة تتمثل في تحقيق السبق، بالإضافة إلى التزامها بالدقة والحياد والحصول على الحقائق من مصادرها. وتعد وكالة رويترز مؤسسة عامة يتم تداول أسهمها في البورصة كشركة مساهمة، وقد استطاعت أن تشكل احتكاراً في مجال الخدمات المالية وتدفق الأخبار الاقتصادية في العالم، كما أنها استطاعت أن تشكل احتكارا لأخبار التلفزيون والأفلام الإخبارية المصورة وقد عظم استثماراتها في هذا المجال ظهور القنوات الفضائية، حيث أنها قامت بالاشتراك مع BBC و NBC في أنشاء خدمة فيزنيوز Visnews وفي عام 1992 اشترت رويترز أسهم فيزنيوز وأعادت تسميتها حيث أطلقت عليها Reuters [xvi]، بالإضافة إلى إنشائها أقسام للترجمة تابعة للوكالة بلغات عديدة منها العربية والأسبانية والإيطالية لإرسال الأخبار مترجمة إلى دول العالم يتم استقبال إرسال الوكالة عبر البريد الإلكتروني بأسلوب الشاشة المنقسمة . Spilit Screen حيث أن نصف الشاشة يضم الخبر المرسل من الوكالة والنصف الآخر فارغ لإعادة صياغة الخبر بما يتناسب مع طبيعة الوسيلة وسياستها التحريرية.

ويعتمد موقف وكالة رويترز كمؤسسه أخبار دولية رائدة على أربعة عناصر للقوة هي شبكة أخبار ومعلومات دولية معروفة بسرعتها وعدم تحيزها ، شبكة اتصال متطورة وخط إنتاج إخباري يتميز بالجودة والأتساع تمتلك، دعم مالي ضخم لتغطيه

الأحداث فى أغلب دول العالم، وسمعة دولية معترف بها، وبهذا تعد وكالة رويترز أكبر وكالة أنباء دولية فى العالم حيث أنها تخدم 163 دولة فى العالم وتقدم خدماتها بأكثر من 25 لغة عالمية وتنشر قرابة 10.000 قصة إخبارية يوميا وتتم صياغتها باستخدام مليونى كلمة يوميا(xvii) .

2- **وكالة الأنباء الفرنسية AFP:** التى بدأت نشاطها عام 1835م باسم وكالة هافاس التى انهارت خلال الحرب العالمية الثانية، ثم صدر قرار بعد تحرير فرنسا فى عام 1844 بإنشاء مؤسسة عامة تحت اسم وكالة الأنباء الفرنسية، وتتميز وكالة الأنباء الفرنسية بمصداقيتها وسرعتها في نقل الأخبار عن فرنسا والدول الأفريقية الناطقة بالفرنسية، كما أنها تتميز بالاهتمام بالأخبار الثقافية بشكل خاص(xviii)، وهى تعد أكبر ثالث وكالة أنباء فى العالم، وكانت أول وكالة تنشأ على مستوى العالم .

تعد الحكومة الفرنسية هى العميل الأول للوكالة حيث أنها تقدم دعم مادى ثابت لها مقابل توفيرها أخبار للحكومة الفرنسية والسفارات الفرنسية فى العالم، والدول التى كانت مستعمرات فرنسية فى الماضى، ومن المعروف أن الوكالة لم تستطع الدخول فى إطار منافسة فى مجال الأخبار التلفزيونية المصورة لهذا تشكو فرنسا من التبعية للولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا فى هذا الجانب . ولقد أثبتت الوكالة نفسها كوكالة صحفية رائده فى تحقيقها السبق الإخبارى فى بعض الأحداث الهامة مثل وفاة ستالين والبابا جون باول الأول وانديرا غاندى وتغطيتها المتميزة للحرب فى يوغسلافيا السابقة والصراع فى الشيشان، وأهم أسواق الوكالة هى أوروبا الغربية، أفريقيا، وأمريكا اللاتينية(xix) .

3- **وكالة الأسوشيتدبرس الأمريكية (AP):** تم تأسيسها فى مايو 1848 فى أعقاب تكوين ست صحف أمريكية إتحادا صحفيا حتى تقلل من نفقات حصولها على الأخبار، وتقدم خدمة إخبارية أفضل بتكلفة أقل لقرائها. وتشير بعض المصادر أنها أكبر وكاله أنباء فى العالم حيث يتعرض لأخبارها أكثر من بليون شخص يوميا، كما أنها تصل إلى أكثر من 1500 وسيلة إعلام فى 112 دولة حيث أنها تستخدم

خمس لغات، وهى تعد العمود الفقرى لصناعة الأخبار فى الولايات المتحدة.

وقد انشئت الوكالة خدمة إخبارية مالية توفر المعلومات الاقتصادية بسرعة وذلك بالاشتراك مع شركة داو جونز Daw Jones التى تمتلك صحيفة داو ستريت جورنال، كما أنها تنافس رويترز فى الخدمات الإخبارية المصورة لكنها تواجه خطر شديد من الخدمات الإخبارية عبر الإنترنت مثل MSNBC باعتبارها خدمات مجانية[xx]. ووسعت وكالة اسوشيندبرس خدماتها بإصدار ملحق مشترك مع داو جونز Daw Jones متخصص فى الأخبار الاقتصادية وأسواق المال والأعمال، ويوزع على فئة خاصة من المشتركين فى أكثر من أربعين دولة، وأطلقت الوكالة خدمة إخبارية متخصصة فى مجال الرياضة عام 1946، وفى فترة لاحقة أطلقت خدمة مستقلة للأخبار الإذاعية على مدار الساعة ووصلت عدد المحطات التى تستفيد منها أكثر من 200محطة فى ذلك الوقت، وذلك يؤكد تميز الوكالة باعتبارها رائده فى مجال التخصص الإعلامى[xxi].

4-**وكالة يونايتدبرس إنترناشيونال (UPI)** : تأسست فى يوينو 1907 لخدمة صحيفه سكريبسى ماكرى، وإنضمت إليها وكالة International News Service عام 1958[xxii] وتم بيع الوكالة إلى مجموعة من المستثمرين السعوديين خلال التسعينات ولكنها بيعت عام 2000 إلى مؤسسة (NWC) [xxiii] وتشير الإحصاءات إلى أن الوكالة تبث 14 مليون كلمة يوميا إلى أكثر من 105 مراسل فى 81 دولة كما أنهآ تمتلك وكالة UPITAN للأخبار التلفزيونية المصورة والتى تعتبر المصدر الثانى للأخبار التلفزيونية بعد Reuters TV[xxiv].

ب- وكالات الأنباء الصغيرة: التى تعد بمثابة "تجار التجزئة Retailers" حيث إنها تشمل الوكالات التى تستمد أخبارها من الوكالات الكبيرة، ويمكن أن تضيف لها بعض التفاصيل ثم تعيد بيعها إلى وسائل الإعلام المحلية[xxv] ،ومن الامثله عليها وكالة الأنباء الإيطالية والألمانية[xxvi] ومن أهم الخدمات التى توفرها، خدمات متخصصة، أخبار طريفة، شرائح لأماكن، صور لشخصيات لها علاقة بالأحداث،

لقطات فيلمية عليها الصوت الطبيعي للحدث كي تضع عليها القناة تعليقا يتناسب مع سياسة القناة التحريرية، أخبار مكتوبة وتنقسم إلى أخبار عن أحداث عاجلة (Argent)، وأخبار عن أحداث أكثر أهمية من النوع الأول (Flash)مثل إغتيال رئيس دولة أو غرق عَبَارة أو سقوط طائرة ، بالإضافة إلى الأخبار العادية (Bulletin)، والأخبار المتوقعة (Schedule) وتضعها وكالة الأنباء صباح كل يوم في شكل جدول عن أهم الأخبار التي ستذاع خلال هذا اليوم[xxvii] .

وهناك إلى جانب الوكالات الصحفية، وكالات الأخبار التلفزيونية التي تبيع الأخبار مصحوبة بخدمة صور ثابتة أو متحركة ومنها: شبكة يورفيزيون Eurovision التي تتبع اتحاد الإذاعات الأوروبية، شبكة EuroNews وهي تقدم الأخبار المصورة من منظور أوروبي بخمس لغات هي الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، والأسبانية، الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية BBC world service، شبكة Asiavision التي تتبع إتحاد إذاعات الدول الآسيوية، شبكة CBS الأمريكية، وشبكة NHK اليابانية، وهناك خدمات الأخبار على الإنترنت ومنها خدمة شركة Microsoft التي تمد عملائها بخدمات أخبار الوسائط المتعددة Multi Mediaعبر شبكة الإنترنت حيث تقدم خدماتها بالتعاون مع شبكة NBC منذ عام 1995، كما تبيع وكالة رويترز خدمات الأخبار والمعلومات للمتعاملين مع الإنترنت ولمجموعات الأخبار الخاصة[xxviii]، وقناة MSNBC وهي قناة أخبار أنشأتها شركة Microsoft بالاشتراك مع NBC و CNN وهي تتيح الأخبار على مدار الساعة عبر شبكة الإنترنت، وتنتج ما يقارب 200 مليون صفحة شهريا[xxix] .

وترجع أسباب ظهور وكالات الأنباء الدولية إلى ارتفاع تكاليف جمع الأخبار وتوزيعها على النطاق الدولي حيث لا تستطيع وسيلة إعلام أن تتحملها، سبب تجاري يتمثل في أن وكالات الأنباء تتقاضى اشتراكات تسمح بتحقيق ربحية مرتفعة لها كمشروع إعلامي، وسبب سياسي يتمثل في رغبة الدولة المالكة للوكالات في نقل وجهة نظرها السياسية في الأحداث المختلفة[xxx] .

ثالثاً: القنوات الفضائية :

ظل التلفزيون لسنوات بشاشته الفضية وجمهوره الذهبى حكرا على الحكومات العربية وإعلامها الرسمى[xxxi]، بحجة أن التلفزيون كوسيلة جماهيرية له قدرة تأثيرية كبيرة علي الجمهور من خلال الصورة والحركة والألوان، ولهذا يمكن أن يستخدم كأداة تحريضية فى يد القطاع الخاص[xxxii] ، ولكن بدأت تظهر فكرة الإعلام الخاص منذ سنوات فقط فى إطار الانفتاح ومجاراة الاتجاهات العالمية ومنها تعاظم مفهوم المنافسة بين دول العالم بوجه عام التى تستطيع استخدام قواها الخاصة وتطويرها على أكمل وجه[xxxiii].

وفى هذا الإطار يظهر رأى ديفيد ريكاردو Rekardo , David ومفاداة إنه ليس بالضرورة أن يكون المرء أفضل من الآخرين لكى يربح فى ظل هذه المنافسة،ولكن العبرة بأن يقدم أفضل ما يملك من قدرات تتصل ببيئته العملية وثقافته[xxxiv] .

ويقسم البعض القنوات الفضائية الخاصة وفقا للأسباب المتبعة فى الإنتاج إلى نوعين هما:

- قنوات فضائية أقامت لها مراكز إنتاج خاصة تتولى بنفسها إنتاج ما تريدة .
- قنوات فضائية اعتمدت على مبدأ المنتج المنفذ أى إنها تكلف مؤسسات أو شركات خاصة بالإنتاج لها، ولما كانت هذه الأساليب غير كافية لملء ساعات الإرسال الطويلة، لجأت أغلب هذه القنوات الفضائية إلي إعادة عرض مضامين قديمة وإنتاج برامج مسابقات جماهيرية والتركيز على تقديم خدمة إخبارية متميزة[xxxv] .

وهناك تقسيم عام للقنوات الفضائية العربية طبقا لمصادر تمويلها يقسمها إلى ما يلى:

- القنوات الفضائية العربية الحكومية، والتى تعتمد على دعم الدولة من خلال الميزانية المخصصة لهيئة الإذاعة والتلفزيون فى كل دولة.

- القنوات الفضائية العربية الخاصة، والتى تمول من القطاع الخاص بشكل مباشر، ولها نوعان هما: قنوات تعتمد على تمويل بعض رجال الأعمال بشكل فردى، وقنوات تعتمد على دعم رجال الأعمال إضافة لطرحها للاكتتاب العام عبر أسهم تطرح غالبا فى البورصات.
- القنوات الفضائية العربية التى يدخل فى تمويلها القطاع الخاص بنسبة إضافة إلى الحكومات التى تمنح تراخيص تلك القنوات، وتسهل عملها وتقدم لها خدمات مختلفة كالاستوديوهات والتسهيلات الإنتاجية(xxxvi) .

وهناك تقسيم للقنوات الفضائية العربية طبقا لأنواعها يقسمها إلى ما يلى:

قنوات عامة ومتخصصة، مفتوحة ومشفرة، والملفت للنظر تزايد أعداد القنوات المتخصصة المفتوحة فى ستة مجالات هى: الأغانى، الدراما، الدين، الرياضة، التعليم، والأخبار (xxxvii).

وأدى ظهور القنوات الفضائية العربية المتخصصة فى مجال محدد إلى إتاحة فرص كبير لخدمة الأهداف الإخبارية والثقافية والتعليمية والرياضية وتحقيق إستفادة كبيرة من التكنولوجيا عن طريق نقل الأحداث المختلفة لحظة بلحظة(xxxviii) .

وهناك عدة خصائص يتميز بها جمهور الإعلام المتخصص منها: جمهور محدد معروفة خصائصه سلفا، نوعى، مهتم وجاد، بالإضافة لكونه جمهورا يمتلك خبرة اتصالية غنية نتيجة حرصه على متابعة وسائل الاتصال، ويمتلك حاجات إعلامية متنوعة ومتعددة، كما إنه يملك موقفا نقديا قويا إزاء الخطاب الإعلامى الذى يتلقاه(xxxix) .

وتعد القنوات المتخصصة المشفرة وقنوات الكابل من مكونات خريطة وسائل الإعلام فى عصرنا الحالى، وهناك تنامى ملحوظ فى إعداد المشتركين بها حيث ارتفعت نسبة المنازل المشتركة فى قنوات الكابل المتخصصة فى الولايات المتحدة الأمريكية من نسبة (43%) عام 1985، الى نسبة (62.5%) عام 1995، وأرتفع

الفصل الثانى

تكنولوجيا الأقمار الصناعية

الحديث عن تكنولوجيا الأقمار الصناعية يتطلب تناول موضوعين أحدهما يخص الجوانب التى تتعلق بالفضاء، وهو كل ما يختص بالأقمار الصناعية والمؤسسات التابعة لها والخاصة بالمراقبة والتوجيه وهذه يمتلكها الموقعون على الاتفاق المبدئى والذين يساهمون فيها بواقع نسب محددة ، إذ أن الأقمار الصناعية هى ملك مشاع لكافة أعضاء المنظمة، وهذا الجانب الفضائى أهم من الجانب الأرضى، وسوف نقصر حديثنا هنا على الأقمار الصناعية[١].

أما الجوانب الأرضية فى هذه التكنولوجيا فهى تخص المحطات الأرضية التى من حقها أن تستفيد من الجوانب التى تتعلق بالفضاء، وهى خاصة بالدول التى لديها هذه المحطات فوق أراضيها. والأقمار الصناعية والمحطات الأرضية يكمل عمل كل منهما الآخر فى شكل شبكة للاتصال حول الأرض.

أولاً – الجانب الفضائى : الأقمار الصناعية

نخص بالجانب الفضائى هنا الأقمار الصناعية التى تأخذ مداراتها فى الفضاء والتى عبرها تمر الإشارات من محطة باثة إلى محطة أخرى أو إلى هوائيات استقبال لهذه الإشارات.

١-نتناول فيما بعد موضوع عملية الاطلاق ومراكز المراقبة باختصار شديد.

والأقمار الصناعية من حيث التبعية تعد ملكا للهيئات أو للدول التى ساهمت فى تصنيعها وفى إطلاقها وفى متابعتها وفى صيانتها لاستخدام هذه الأقمار تجاريا فى مجال الاتصالات.

١- خصائص الأقمار الصناعية

أ- المفهوم

الأقمار الصناعية تقنية متطورة وهى من أهم ما يميز عصر الفضاء، عصر وسائل الاتصال التكنولوجية. ويعرف بعض المتخصصين الأقمار الصناعية بصفة عامة بأنها "توابع"(١) لتبعيتها فى مدارها للأرض وأسوة بما هو شائع عند الحديث عن الكواكب الأرضية، ولكنها عندئذ توابع صناعية، أو اصطناعية(٢) كما يسميها آخرون.

ويعرف محمد حيدر مشيخ القمر الصناعى بأنه "معزز، أو ناقل، يتم تشغيله بوساطة محطة تليفزيون، لتحسين إشاراته فى أجزاء من مساحة مدار"(٣).

أما "لارى بلونشتين" فإن تعريفه خص به القمر الصناعى للاتصالات فيقول: إنه "جهاز ترداد للموجات الكهرومغناطيسية القصيرة جدا (Microwave Repeater) يتم

١-مصطفى سيد عفيفى.-"اتصالات التوابع الأرضية (الأقمار الصناعية)" فى: العلوم والتقنية. **مرجع سابق.**

٢-انشراح الشال.-الاعلام الدولى عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

وأيضا: محمد حيدر مشيخ. **مرجع سابق.**

٣-**المرجع السابق.**

تثبيته فى مكان ما على ارتفاع ٢٢ ألف ميل فوق سطح الأرض" ويقول إن "هـذا ما يجب على مستخدم القمر الصناعى للاتصالات أن يعرفه"[١].

ب- تعريف للأقمار الصناعية المستخدمة فى مجال الاتصالات.

لوضع تعريف للأقمار الصناعية المستخدمة فى الاتصال ننطلق هنا مما سبق ذكره بخصوص الموجات القصيرة جدا (Microwave) وبأن من خصائصها أنها تنتشر فـى خط مستقيم، وأن مداها قصـير ...، عندئـذ يتـم اللجـوء إلى أبـراج لتمديـد هـذه الإشارة بعد تقويتها ... لذلك فإن تعريفنا هنا للقمر الصنـاعى للاتصـالات ينطلـق من وظيفته حيث نراه بمثابة "هوائى شبيه بالبرج الذى نقيمـه علـى الأرض والمـزود بهوائى لالتقاط البث التليفزيونى أو الإذاعى من بـرج الإرسـال الرئيسـى، ويقـوى الإشارة المستقبلة، ثم يعيد إرسالها من خلال هوائى، أو هوائيـات أخـرى إلى بـرج آخر أو إلى هوائيات استقبال البث التليفزيونى فى المنازل". وهكـذا يمكـن تعريـف القمر الصناعى للاتصالات بأنه "محطة ترحيل وسيطة لـه مـدار ثـابت فـى الفضـاء وبإمكانها استقبال الموجات القصيرة جدا المرسلة من محطة أرضية وإعـادة إرسـال هذه الموجات بعد تقويتها إلى محطة أخرى أو إلى هوائيـات اسـتقبال البـث المباشـر والتى قد تبعد عن محطة الإرسال بآلاف الكيلومترات".

جـ- مكونات القمر الصناعى للاتصالات

تختلف مكونات الأقمار الصناعية للاتصـالات عـن مكونـات الأقمـار الصناعيـة التى تستخدم فى أغراض أخرى والدليل على ذلك أن الأقمار الصناعية التـى تقـوم

١-لارى بلونشتين. **مرجع سابق.**

بعمليات التصوير الجوى تحمل "أجهزة من أهمها أجهزة المسح المتعدد الأليـاف، والتصوير الحرارى باستخدام الموجات تحت الحمراء"[١].

ومن التعريف السابق طرحه للأقمار المستخدمة فى مجال الاتصالات يمكن تحديد أهم مكونات القمر الصناعى الذى يستعان به فى هذه الخدمة، بأنهـا تتشكل من هوائى -أو أكثر- لاستقبال الإشارات، وهوائى أو أكثر للإرسال، ومكبر للصوت (Amplifier) وذلك إلى جانب أجهزة ومعدات خاصة بتشغيل القمر الصناعى وتحقق له استمراره فى مداره وفعاليته.

ومن المهم هنا التأكيد على أن تحويل الإشارة المستقبلة إلى إشارة يتم إرسالها عبر قناة قمرية (Transponder)، حيث شاع حتى وقت قريب تزويد القمر الصناعى الواحد بحوالى ٢٤ قناة[٢]، وتوفر القناة القمرية للقمر واصلة صاعدة إليه (Up Link) للتلقى، وأخرى هابطة منه (Down Link) للاستجابة[٣].

ولكن، صممت فى السنوات الأخيرة أقمار صناعية مزودة بحوالى ٥٠ قناة قمرية، وهذا يعنى زيادة فى إمكانيات القمر، إذا عرفنا أن القناة القمرية الواحدة فى أقمار الجيل الأول من أقمار "عربسات" -مثلا- توفر لنا فى

١-للاستزادة إرجع إلى:

مصطفى سيد عفيفى. **مرجع سابق.**

٢-لارى بلونشتين. **مرجع سابق.**

٣-انشراح الشال.-**علاقة سكان القاهرة بنشرات أخبار التليفزيون المصرى.** الطباعى العربى، القاهرة ١٩٨٦م.

الموجة[1] "سى" (C) ١٤٦٥ دائرة هاتفية فى آن واحد من نوع (SCPC/FM) (Frequency Division Multiple Access) أو قناة تليفزيونية واحدة، أى أن هذا القمر يمكن أن يوفر ٨٠٠٠ دائرة تليفزيونية فى آن واحد على الحزمة "سى"، وهو يوفر قناة تليفزيونية على الحزمة "إس" (S) للبث المباشر أحادى الاتجاه[2]. أما أقمار الجيل الثانى لعربسات فقد تم تزويدها بأربع وعشرين قناة قمرية، ١٢ قناة منها فى الحزمة "Ku" و ٢٢ قناة فى الحزمة "C" وهذا يعنى زيادة فى قدرتها وكفاءتها، ومن الممكن أن يصبح عدد القنوات على أقمار عربسات فيما بعد ٩٠ قناة قمرية[3]...

د- التفكير فى استخدام الأقمار الصناعية فى مجال الاتصالات

كانت بداية التفكير فى استخدام الأقمار الصناعية فى مجال الاتصالات غداة الحرب العالمية الثانية. ففى عام ١٩٤٥م، طرح المهندس البريطانى "آرثر كلارك" (Arthur C. Clark)، الذى اشتهر فى ذلك الوقت بوصفه "كاتب علمى"، طرح فكرة إمكان استخدام الأقمار الصناعية للترحيل وكمحطات للإذاعة.

---

١ يمكن تسمية "الموجة" هنا بأنها "شريحة" (Band) أو "حزمة". وسوف نستخدم هذه المرادفات أحيانا للاختلاف فى دلالة كل منها.

٢ على المشاط. **مرجع سابق**.

٣ "عربسات فى عشر سنوات: الشبكة العربية للاتصالات الفضائية. عشر سنوات فى خدمة الاتصال عبر الأقمار الصناعية (١٩٨٥-١٩٩٥)". تقرير توثيقى منشور فى: مجلة **تليفزيون الخليج**. السنة ١٤، العدد "٢" "٣"، أكتوبر ١٩٩٥م.

وفـى مقـال لـه بعنـوان "Extra Terrestrial Relays" نشـر فـى مجلـة **WIRLESS WORLD**، حـدد كـلارك الخطـوط العريضـة للاتصـال عـبر الفضـاء وذلـك قبـل أن يـدور أول قمـر للاتصـال حـول الأرض بسـنوات. ومـازالت الأسس التى وضعها كلارك تستخدم حتى الآن فى مجال الاتصـالات عـبر الأقمـار الصناعية.

وقد أشار كلارك -مثلا- فى مقاله إلى أن الوقت الذى يمكن أن يستغرقه دوران القمر الصناعى المثبت على بعـد ٢٢٠٠٠ ميـل (٣٥٦٨٠ كيلومـتر) أى ٣٦٠٠٠ كيلومتر تقريبا فوق مستوى خط الاستواء يعادل "تقريبـا" ٢٤ سـاعة، حيـث بنـى كلارك نظريته هذه على ملاحظته وجود علاقة ضمنية محددة بين الزمن/ السـرعة/ الارتفاع، أى أن سرعة القمر الصناعى فى مسـاره الدائرى ترتبـط مباشـرة بمـدى ارتفاعه عن الأرض، أو بأسلوب أدق، بطـول المسـافة العمودية بينـه وبـين مركـز جاذبية الأرض، إذ كلما ارتفـع القمـر الصنـاعى إلى مستوى أعلـى تنخفـض قـوة جاذبية الأرض بالنسبة له.

ومن الجدير بالذكر هنا أن جاذبية القمر "الأرضى"، والتـى يظهـر تأثيرهـا علـى الكرة الأرضية فى شكل حركات المد والجزر التى نراها فى البحار، جاذبيـة القمـر الأرضى هذه تؤثر على القمر الصناعى أيضا حيث يتجه القمر الصناعى نحو الأرض وبعيدا عنها فى حركات شبيهة بحركات المد والجزر. كذلك الشمس أيضـا، فمـن المعروف أن الشمس تمـارس ضغطـا علـى كـل شـىء يقـع فـى نطـاق اشـعاعاتها، وهذه "الرياح الشمسية" التى تنتج عن الطاقة الحرارية والضوئية التى تبثها الشـمس فـى إشـعاعاتها تعـد مشـكلة -وعـاملا مسـاعداً فـى الوقـت نفسـه- بالنسـبة لمصمم القمر الصناعى، حيـث إن الضغـط النـاتج شـديد إلى حـدود لا نهايـة لهـا،

ولكن يمكن الاستعانة بهذا الضغط للسيطرة على مسار القمر الصناعى فى مداره[1].

أما عن تحديد خط الاستواء للمدار الثابت للأقمار الصناعية، فإن ذلك يرجع للأسباب التالية:

١- عند إطلاق قمر صناعى فى مسار فوق القطبين الشمالى والجنوبى -مثلا- فإن الشخص الموجود على الأرض والذى ينتقل من الغرب إلى الشرق مع دوران الأرض حول نفسها سوف يرى القمر الصناعى ظاهرا من الجهة الشمالية متجولا فوقه حيث يختفى فيما بعد فى الجهة الجنوبية، إذ أن حركة القمر سوف تكون بين القطبين من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى، لذلك لن يفيدنا هذا القمر فى أغراض الاتصالات. كذلك لن يفيدنا قمر صناعى يأخذ مسارا منحنيا حول الأرض للسبب السابق نفسه، وسوف نتناول ذلك فيما بعد عند الحديث عن الأقمار غير الثابتة.

٢- أما بالنسبة لقمر صناعى على خط عرض آخر غير خط الاستواء فإن هذا غير ممكن أيضا؛ فوضع قمر على خط عرض ٥١ درجة شمالا على سبيل المثال لكى يكون ثابتا بشكل دائم فوق لندن مثلا، لن يكون ساقطا حول مركز الأرض[2] بل حول نقطة تبعد حوالى ٣٠٠٠ ميل إلى الشمال من

١-لارى بلونشتين. **مرجع سابق.**

٢-حجم كتلة الأرض متمركز فى مركز جاذبيتها فى مكان يبعد حوالى ٤٠٠٠ ميل (٧٢٠٠٠كم) تحت سطح الأرض.

مركز جاذبية الأرض وهذا ليس ممكنا[١].

لذا فإننا نؤكد على أن المكان الوحيد للمدار الذى تبلغ مدته ٢٤ ساعة هو فوق مستوى خط الاستواء، حيث تتزامن سرعة القمر هنا مع سرعة دوران الأرض، ومن ثم فإنه يبدو ثابتا طوال ٢٤ ساعة للشخص الموجود فى منطقة محددة على الأرض، مما يمكن من استخدامه باستمرارية فى مجال الاتصالات.

والقمر الصناعى، الذى طرح فكرته آرثر كلارك، والذى يأخذ مداره فوق مستوى خط الاستواء على ارتفاع ٣٥٦٨٠ كيلو متر، إذا دار هذا القمر فى نفس اتجاه مدار الكرة الأرضية حول محورها، فإن هذا القمر سوف يبدو ثابتا فى السماء[٢]. وقد توصل كلارك أيضا إلى أنه من على هذا المدار "الاستوائى" و"الثابت" للقمر الصناعى يكفى وجود ثلاثة أقمار صناعية على مسافة تباعد بينها مقدارها ١٢٠ درجة لكى يُرى أحد هذه الأقمار الثلاثة بصفة دائمة من أى نقطة فوق سطح الأرض.

٢- الأقمار الصناعية للاتصالات من حيث التغطية الجغرافية

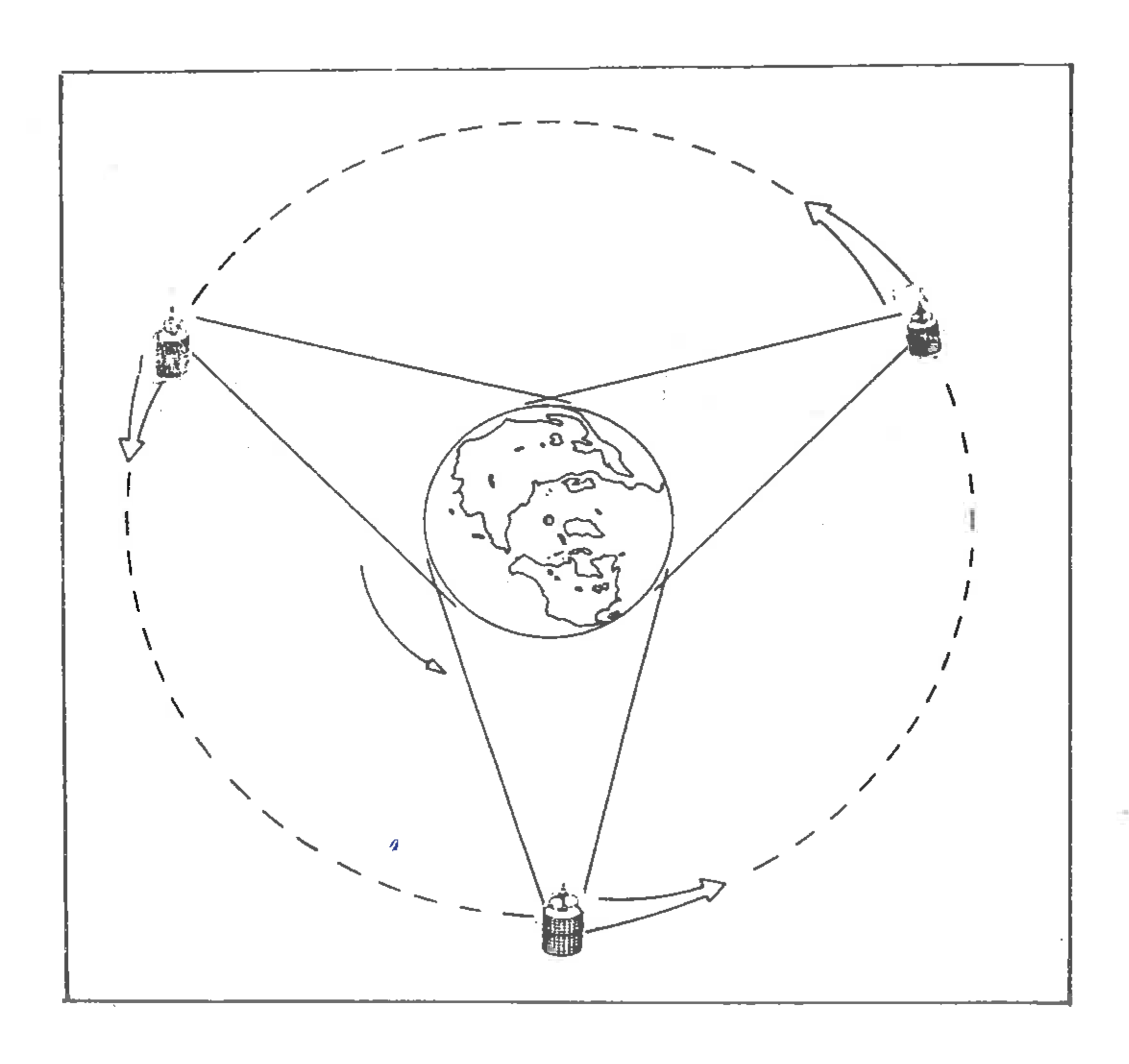
المعروف أن الأقمار الصناعية من أنواع وأجيال مختلفة، والأقمار التى تعمل بنظام أحزمة "Ku"، "K" و "Ka"، أرقى وأقوى من تلك التى تعمل فى الحزمة "سى" (C)، وهذا النوع الأخير هو أول الأجيال التى بدأت بها الأقمار الصناعية

١-لارى بلونشتين. **مرجع سابق.**

2- RONALD BROWN. **Op. Cit.**

ومنها أقمار الجيل الأول لعربسات. وأقمار الأجيال الأخيرة تبث صورا عالية الجودة من الممكن استقبالها بهوائى صغير الحجم، أما الأجيال الأولى فصورها أقل جودة وتتطلب هوائيات أكبر، أى أن حجم الهوائى يختلف باختلاف جيل القمر. ويتم تصميم الهوائيات حاليا لكى تكون موائمة لحزمة الميكروويف التى تتعامل معها، كذلك يختلف حجم الهوائى المستخدم فى التقاط الحزمة الضوئية والإشعاعية من القمر باختلاف موقع هذا الهوائى فى أنحاء المساحة التى يغطيها إشعاع هذا القمر أو ذاك.

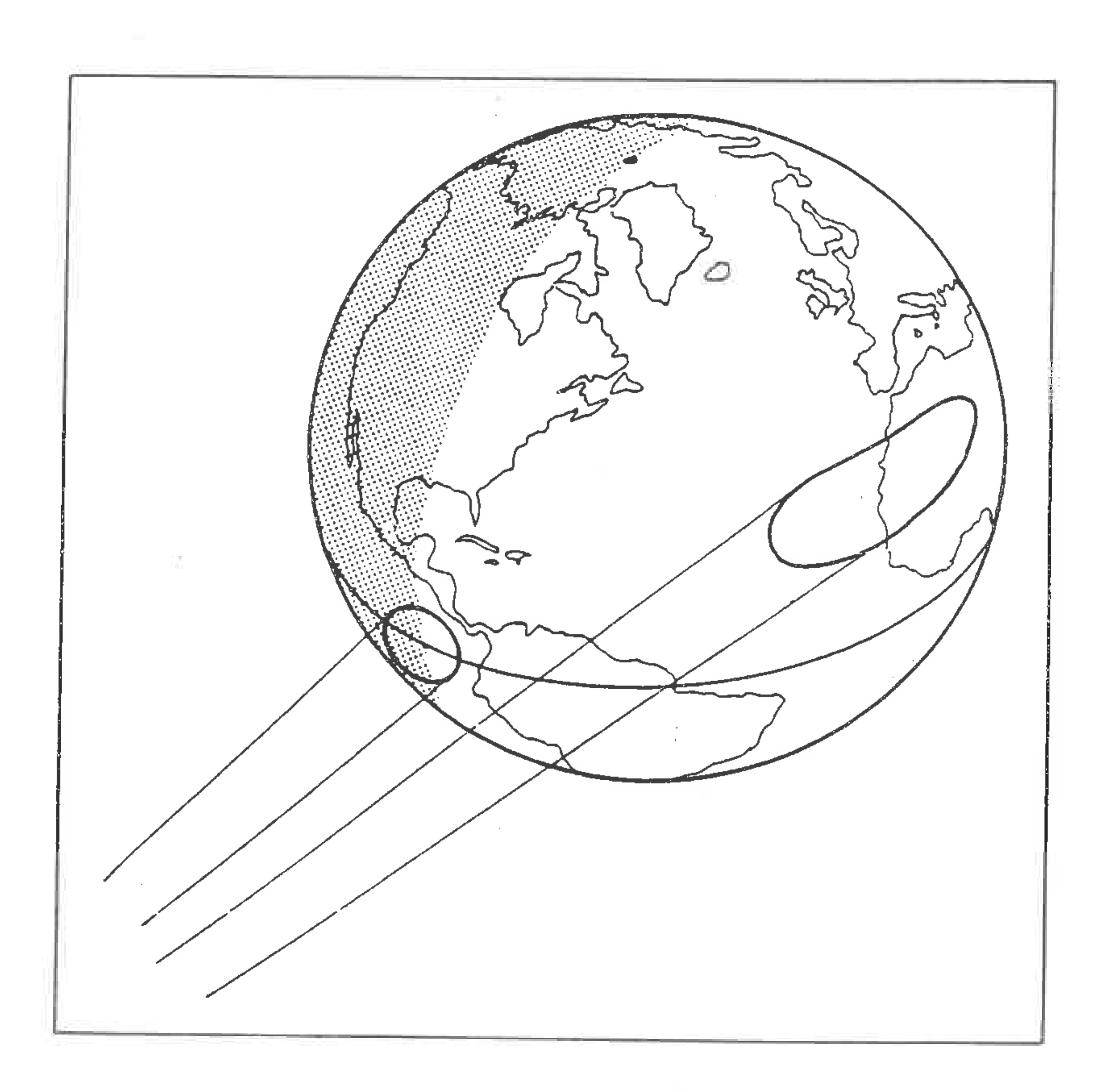
رسم يوضح المساحة التى يمكن أن يغطيها كل قمر من الأقمار الثلاثة الثابتة والتى يغطى إشعاعها الكرة الأرضية



رسم يوضح انسكاب إشعاع القمر الصناعى

فوق خط الاستواء وبعيداً عنه

(بصمة القدم)[1]



١-لارى بلونشتين. مرجع سابق.

والحديث هنا يتعلق بما يعرف بمصطلح "انسكاب الإشارة" والمعروف باللغة الانجليزية باسم "بصمة القدم" (Foot Print)، وهى المنطقة الجغرافية التى يغطيها إشعاع القمر الصناعى على الأرض. وقوة الأقمار الصناعية وإشعاعاتها تختلف، لذلك حددت الاتفاقيات الدولية مناطق تغطية لكل قمر حتى لا تطغى دولة على أخرى فى نطاق البث بالنسبة لأقمارها الصناعية وذلك للحفاظ لكل دولة على حُرمة أجوائها وسيادتها الإعلامية على الفضاء الخاص بها، لذلك قدرت مساحة مدارية من خمس درجات بين كل قمر وآخر، تضاءلت إلى ثلاث درجات، ثم إلى درجتين ...، وهناك محاولة لإطلاق أقمار صناعية فى مدارات على بعد ١١٣٠ كيلومتر (يقال إنها مدارات متزامنة)، وذلك لحل المشكلة التى يمكن أن نجابه بها بين يوم وليلة عندما يمتلىء المدار الاستوائى بالأقمار الصناعية، وقد اقتربنا من ذلك، وقد وصل الحال إلى حد أن البلدان المختلفة تتنافس للحصول على "بطاقة موقف" فى المدار المتزامن لتثبيت أقمارها الخاصة بها، وبدأنا نشعر بأنه من الممكن حدوث "تلوث فى البيئة الكهرومغناطيسية" فى شكل تداخل. ويقال إن هذه المدارات "شبه المتزامنة" ممكن أن تكون على ارتفاعات منخفضة (Leo System) وارتفاعات متوسطة (Meo System) أو أعلى (Ico System) وسوف تسمح بانتشار التليفون "المحمول" (الجوَّال).

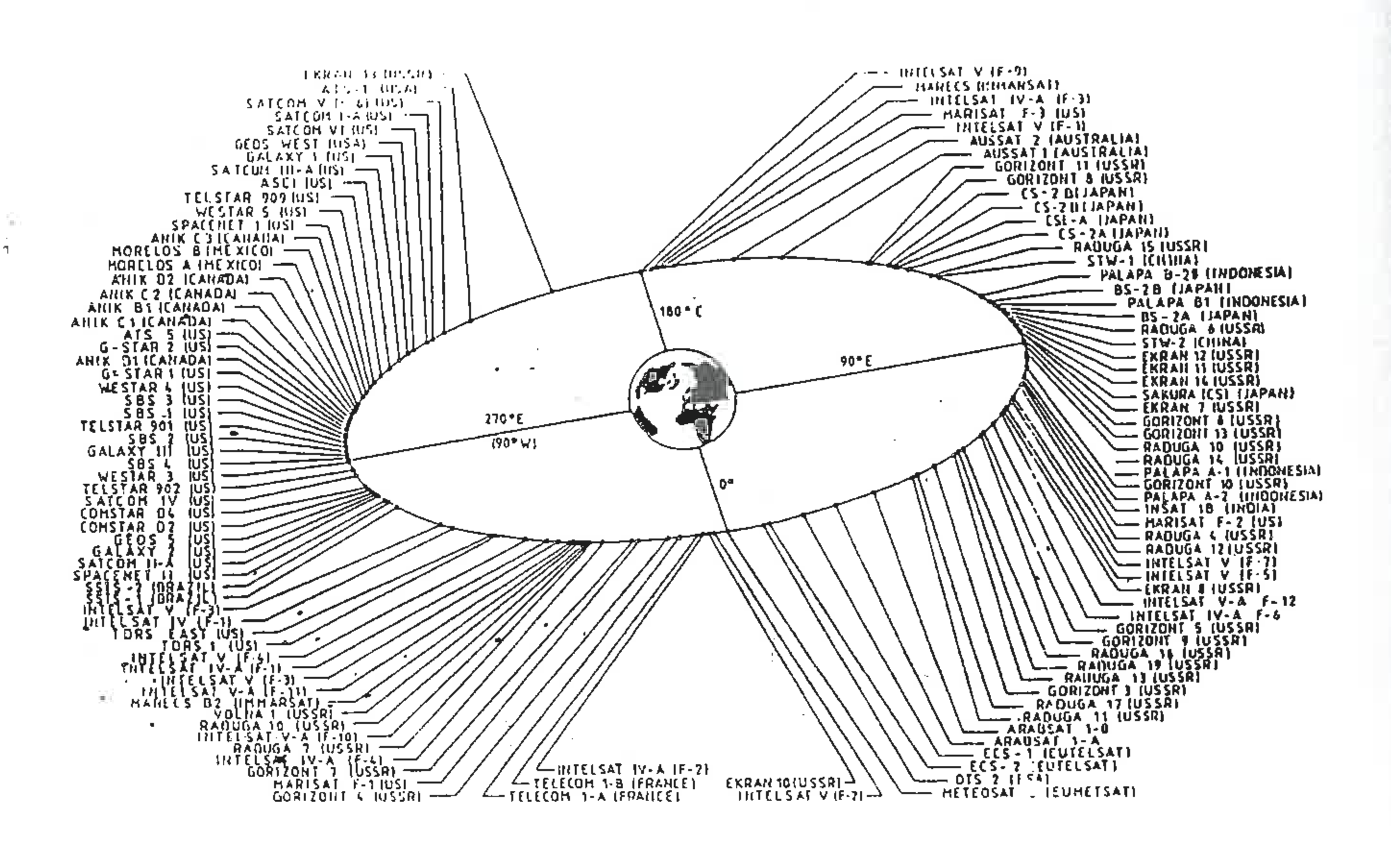
ويختلف شكل بصمة القدم، أو بأسلوب آخر، يختلف شكل مساحة الأرض التى يغطيها بث القمر الصناعى باختلاف زاوية سقوط إشعاع القمر بعداً أو قرباً من خط الاستواء، وباختلاف خط الطول الذى يأخذ القمر مداره فوقه، فتأخذ البصمة شكل استدارة كاملة فى المنطقة الاستوائية عندما يكون مركز البصمة هو نقطة التقاء خط الطول الموجود

القمر الصناعى فوقه وخط الاستواء، خصوصا عندما يكون الهوائى المثبت على القمر كامل الاستدارة وموجها لتغطية هذه المنطقة. أما فى حالة توجيه هذا الهوائى لمنطقة تبعد يمينا أو يساراً عن خط الطول المحدد مداراً لهذا القمر، أو فى حالة توجيه هوائى القمر نفسه إلى مساحة من الأرض تبعد عن خط الاستواء شمالاً أو جنوباً، أو توجيه هذا الهوائى إلى مساحة من الأرض تبعد عن خط الطول المخصص لهذا القمر الاستوائى شرقا أو غربا ..، فإن مساحة بصمة القدم لن تكون مستديرة، وهذا الاختلاف فى شكل بصمة القدم تفسره كروية الأرض أيضا، وتتعدد البصمات للقمر الواحد بعدد الهوائيات التى يتم تزويد القمر الصناعى بها (فإن أول قمر صناعى للاتصالات كان مزودا مثلا بست هوائيات)، كذلك يختلف حجم هذه المساحة (أو البقعة) التى يغطيها إشعاع القمر الصناعى باختلاف الموجة المستخدمة فى شريحة الترددات العالية جدا، حيث تختلف هذه المساحة للقمر الواحد بالنسبة للموجة "S" والموجة "C" اللتين تستخدمهما معا بعض الأقمار الصناعية ...، وكذلك فى حالة استخدام الموجة "Ku" مع الموجة "C"، حيث يمكن التقاط ترددات الموجة Ku بهوائيات صغيرة الحجم جدا "VSAT" (Very Small Appareture Antenna) ويمكن حملها ونقلها[1]، وهذا يرتبط أيضا بعدد الهوائيات المثبتة على القمر الواحد.

١-يؤرخ لأول استخدام لهذا النوع من "المحطات" صغيرة الحجم لعام ١٩٨٦م لبث الأخبار ونقل الأحداث على الهواء مباشرة فى تغطية للعالم كله.

رسم يوزع أقمار الاتصالات والأرصاد الجوية فى المدار الاستوائى

(فى نهاية عام ١٩٨٦)



فبالنسبة للقمر "HS 601" وهو الاسم الذى يطلقه الفنيون على القمر الأول من الجيل السادس لأقمار أنتلسات والتى هى أحدث ما تم انتاجه فى العالم وأكبر وأعقد أقمار تجارية تم تشييدها (واستقبلت شركة "هيوغ" (Hughes) حتى نهاية عام ١٩٩٢ ٢٤ طلبا من أنحاء العالم لانتاج هذه الأقمار والتى يستغرق تشييد الواحد منها ٢٩ شهرا)، فقد أطلقت منظمة انتلسات القمر ٦٠١ فى ٢٩ أكتوبر عام ١٩٩١م والذى أخذ مداره على خط طول ٢٧,٥ درجة غرب خط جرينتش (٣٣٢,٥° شرقا). ويرسل هذا القمر إشاراته من خلال تسع حزم، حزمتين على الموجة "Ku" وسبع حزم على الموجة "C". ولما كان هذا النوع من الأقمار مزودا بأكثر من هوائى بحيث يمكن أن يتجه كل هوائى منها لتغطية مساحة محددة فإن قمر الانتلسات المشار إليه هنا يغطى عدة مناطق على النحو التالى:

- بالنسبة للحزمتين على الموجة "Ku" فإن حزمة منهما تغطى انجلترا وشمال أوربا، والحزمة الأخرى تغطى غرب أوربا ووسطها وأجزاء من شرق ووسط انجلترا.

- أما بالنسبة للحزم (الموجات) السبع على الموجة "C" والمعالجة بأسلوب يحقق عزل تردداتها بعضها عن بعض لمنع التداخل فيما بينها، فإن حزمة منها (الحزمة العالمية) وتغطى نحو ثلث مساحة الكرة الأرضية تتعامل مع محطات أرضية تقليدية تتراوح أقطار الهوائيات فيها من ١٥-٣٢ مترا، وبالتالى لايمكن استقبالها فى المنازل. أما الحزم الست الأخرى (وهى أيضا تعمل على موجة "C")، فإنه يمكن استقبال الاشارات منها بهوائيات تبدأ أقطارها من ٣,٦٠ م حيث حزمة منها تغطى نصف الكرة الشرقى، وأخرى تغطى نصف الكرة الغربى، والثالثة تغطى المنطقة الشمالية الشرقية، والرابعة تغطى المنطقة الشمالية الغربية،

والخامسة تغطى المنطقة الجنوبية الشرقية والسادسة تغطى المنطقة الجنوبية الغربية (وتحديد المناطق هنا يرتبط بموقع مدار هذا القمر).

خلاصة القول هنا، هى أن هناك أقمارا "تنظر" إلى الأرض بزوايا مختلفة، ووضع الهوائيات فوق القمر هو الذى يحدد مسارات حزم الإرسال باتجاه سطح الأرض لكى تصل كل حزمة منها بما تحمله من قنوات فضائية إلى مناطق لاتصلها قنوات الحزم الأخرى، وعادة لايتشابه نطاق تغطية أى قمر مع نطاق تغطية قمر آخر لاختلاف المواقع المدارية واختلاف زوايا الرؤية للهوائيات.

ومن حيث التغطية الجغرافية لأقمار الاتصالات المتزامنة (التى تأخذ مداراتها على ارتفاع ٣٥٦٨٠ كيلومتر من خط الاستواء وهى الأقمار التى طرح فكرتها آرثر كلارك) نجدنا أمام ثلاثة أنواع على النحو التالى:

أ- أقمار الاتصالات الدولية

وهى الأقمار التى تتسع منطقة خدمتها لتشمل نحو ثلث مساحة الكرة الأرضية وتصل إشاراتها ضعيفة جدا، ومطلوب لالتقاط هذه الإشارات محطة أرضية متوسطة للتعامل معها (يتراوح قطر الهوائى فيها من ١٠ إلى ٣٢مترا)، ومنها الأقمار التى تستخدمها شبكة "انتلسات" (INTELSAT) "International Telecommunication Satellite"، وأقمار منظمة[١] "انمارسات" (INMARSAT) للاتصالات البحرية[٢]، والتى ظهرت إلى الوجود منذ أكثر من

١-انشراح الشال.-قنوات للتليفزيون فضائية فى عالم ثالث. **مرجع سابق.**

٢-انظر الصفحات الخاصة بموضوع: المملكة السعودية فى عصر الأقمار الصناعية.

عشر سنوات، وحتى وقت قريب كانت تستعين بثلاثة أقمار انتلسات من الجيل الخامس زادت الآن إلى أربعة، ويتم البث فيها على شريحة الموجة "L".

ب- أقمار الاتصالات الإقليمية

وهى التى تنحصر منطقة خدمتها داخل منطقة دولية محدودة وبذلك تصل إشاراتها بدرجة متوسطة، عندئذ فإنه تكفى محطة أرضية متوسطة للتعامل معها حيث يتراوح قطر الهوائى هنا من مترين إلى عشرة أمتار (وأحيانا ١١ مترا).

ويهمنا من الأقمار الإقليمية هنا أقمار عربسات والتى تغطى الوطن العربى وشرق ووسط وغرب افريقيا (بالنسبة للقمر الثالث من الجيل الأول) وذلك على الحيز الترددى "سى" (C) حيث يتم استقبال البث عبر هذا القمر العربى بالاستعانة بهوائيات يصل قطرها إلى أربعة أمتار بالنسبة لمشاهد فى السنغال وغينيا ...، وثلاثة أمتار للمشاهد فى السودان واثيوبيا وايران ...، و٢,٤٠ متر للمشاهد فى مصر والسعودية وتونس ...[١] ويلاحظ هنا أن القمر الثالث من الجيل الأول لعربسات مصمم ليبث قنواته من حزمة واحدة فقط، وبهوائى إرسال واحد ينظر إلى الأرض بزاوية ثابتة ليغطى مساحة محدودة.

ويندرج تحت مفهوم "الأقمار الإقليمية" الأقمار الخاصة بهيئة الاتصالات الفضائية الأوربية "يوتلسات" (EUTELSAT) والتى تدار من باريس، وكانت قد تأسست عام ١٩٧٧م وتضم فى عضويتها معظم دول أوربا[٢]، وتحتل بذلك المرتبة

١-للاستزادة ارجع إلى انشراح الشال.-قنوات للتليفزيون فضائية فى عالم ثالث. **مرجع سابق.** وإلى الصفحات الخاصة بعربسات فى هذا الكتاب فيما بعد.

٢-المرجع نفسه.

الثانية مباشرة بعد شبكة انتلسات، حيث تخدم يوتلسات جميع دول أوربا (ومع القناة الفضائية المصرية، والقناة الفضائية التونسية، ومركز تليفزيون الشرق الأوسط (MBC) ... امتدت خدمات يوتلسات للبلاد العربية..).

جـ- أقمار الاتصالات المحلية

لما كانت الحزم الإشعاعية لأقمار الاتصالات المحلية تتركز داخل دولة محدودة، فإن إشاراتها تصل قوية ومن ثم يمكن التقاطها بجهاز صغير ذى هوائى قطره يتراوح ما بين ستين سنتيمترا ومترين، ومن هذا النوع القمر الصناعى "المصرى" (نايل سات)، والذى تم الاتفاق مع شركة "مارتا ماركولى" الفرنسية (فى أعياد نصر أكتوبر ١٩٩٥م الموافق جمادى الأولى ١٤١٦هـ[1]) لتصنيعه وإطلاقه وذلك للاستغلال التجارى ولتعميم البث التليفزيونى فى شعاع واحد على المساحة الجغرافية لمصر ولمناطق متاخمة لحدودها.

ومشروع إطلاق قمر صناعى "مصرى" كانت قد حددته الاتفاقية الدولية المعقودة فى عام ١٩٧٧م بالاتحاد الدولى للاتصالات والتى أقرت حق مصر فى "إنشاء" قمر صناعى للبث التليفزيونى المباشر، وأصبحت الاتفاقية سارية المفعول من أول يناير ١٩٧٩م ولمدة خمسة عشر عاما (وتنتهى بذلك فى يناير ١٩٩٦م). وكان قد تم فى هذه الاتفاقية تحديد الموقع المدارى للأقمار الصناعية للبث المباشر لدول المنطقة الأولى (والتى تضم أوربا) مع تحديد القنوات المخصصة لكل دولة والتى تختلف عن قنوات التليفزيون الحالية من حيث المواصفات، وبصفة خاصة أن

١- الملاحظ أن كثيراً من الأحداث الإعلامية الهامة فى مصر ترتبط بمناسبات تاريخية.

للاستزادة ارجع إلى: Enshrah El Shal.-Egyptian TV. **Op. Cit.**

البث المباشر والذى يتم من خلال قنوات قمرية (Transponder) أحادية الاتجاه غزيرة الإشعاع يتم التقاطه بهوائيات صغيرة الحجم، ومن المتوقع بالنسبة لمصر أن يتراوح قطرها ما بين ٦٠ و ٩٠ سنتيمترا، ويلحق بالهوائى أجهزة الكترونية صغيرة جزء[١] منها خارجى بجوار جهاز التليفزيون العادى (وفقا للنظام الفرنسى/الانجليزى)[٢] وهو الجهاز الذى يتم من خلاله تحويل الإشارة القمرية (ذات التردد فوق العالى جدا) إلى إشارة تليفزيونية (ذات التردد العالى جدا)[٣]، وهذا الجهاز (المعروف باسم "Receiver" سوف لا تكون له أهمية حاليا بعد طرح أجهزة التليفزيون عالى الدقة، أو عالى الجودة، "HDTV" (High Definition Television) والتى يكفى معها وجود الهوائى فقط[٤]، فقد زودت (Built in) أجهزة التليفزيون الحديثة بإمكانية تحويل الإشارة القمرية إلى إشارة تليفزيونية وهو النظام الذى تبنته اليابان[٥]، وطرح من هذه الأجهزة بعض أنواع فى الأسواق المصرية منذ شهر أكتوبر ١٩٩٥م.

وفى اتفاقية عام ١٩٧٧م خصص أيضا لمصر موقع مدارى لقمرها المزمع إطلاقه للبث المباشر ليكون عند سبع درجات غرب خط جرينتش ومخصص لها القنوات القمرية ٤ و٨ و١٢و١٦و٢٠. وجدير بالذكر هنا أن السودان قد خصص لها

١-مثل "الريسيفر".

2-Marcel BARBIN.-02-Mac/Paquet: Vers une autre définition de la télévision - SIMAVELEC Paris Septembre 1987.

٣-انشراح الشال.-"الاعلام الدولى عبر الأقمار الصناعية" **مرجع سابق.**

٤-تعلن وسائل الإعلام فى مصر فى الشهور الأخيرة (١٩٩٥م) عن توافر هذا النوع من الأجهزة.

٥-انشراح الشال.-دولنا النامية فى عصر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

موقع مماثل، أى عند سبع درجات غربا، وطلبت أوغندا هى الأخرى بحث إمكانية شموطا فى مثل هذا المشروع عندما أطلق عليه منذ الدراسات الأولى اسم "قمر نهر النيل" (نايل سات).

وفى الخامس والعشرين من يناير عام ١٩٩٥م (الموافق الخامس من رمضان عام ١٤١٦هـ) طيرت وكالة الأنباء الفرنسية "AFP" (Agence France Presse) خبرا مفاده توقيع العقد الخاص بإطلاق أول قمر صناعى مصرى للاتصالات، نايل سات، والذى سيتم تشييده تحت إشراف المؤسسة الفرنسية "MMS" (Matra Marconi Space)[١] التى صرحت بهذا الخبر هى والشركة الفضائية "Arianespace"[٢]، وأن اطلاق هذا القمر سيكون بوساطة الصاروخ القاذف الأوربى "آريان" (Ariane) من القاعدة كورو (Kourou) فى غويانا الفرنسية، والذى من المتوقع إطلاقه فى نهاية عام ١٩٩٦م (١٤١٧هـ). وكان قد تم الاتفاق فى ١٥ أكتوبر من العام نفسه على قيمة التكاليف التى تصل إلى ١٦٠ مليون دولار وذلك لإطلاق قمر فى مداره، وقمر آخر إحتياطى على الأرض، وتشييد محطتين للمتابعة، محطة منهما فى القاهرة والأخرى فى الاسكندرية.

ويبلغ وزن القمر المصرى للراديو والتليفزيون التابع لاتحاد الاذاعة والتليفزيون (ERTU) طنا ونصف الطن عند الإطلاق ويمكن لهذا القمر نقل حتى ٥٦ قناة رقمية للتليفزيون وللبث المباشر لمساحة تمتد من الخليج العربى إلى المغرب.

وكانت الصحف المصرية قد نشرت فى الرابع والعشرين من شهر يناير ١٩٩٦م

١-وهى فرع من المجموعة الفرنسية "Lagardère" و "GEC" البريطانية.

٢-مع قمر النيل يصل العدد الإجمالى للأقمار التى تطلقها هذه المؤسسة إلى ٣٩ قمرا.

عن أن الهيئة العامة للاستثمار فى اجتماعها يوم ٢٢ يناير ١٩٩٦م قد وافقت على مشروع عن إنشاء الشركة المصرية للأقمار الصناعية "نايل سات" والتى تختص بتصنيع وتملك النظم الفضائية بما فى ذلك تصنيع الأقمار وإطلاقها والتأجير للغير، وأن هذه الشركة سوف تقوم بتأجير الساعات، وأن رأس المال المدفوع لهذه الشركة ١٠٠ مليون دولار[١].

ومن المتوقع أن يقوم إتحاد الاذاعة والتليفزيون خلال الفترة التى تسبق إطلاق القمر الصناعى المصرى ببث ١٢ قناة "مشفرة" (يستقبلها المواطن مقابل اشتراكات)[٢] بالاستعانة بالقمر الصناعى الأوربى (بانام سات).

كذلك كانت وكالات الأنباء قد فاجأتنا منذ أقل من العامين بخبر نقلته عن مجلة "Jeune Afrique" بأن الجزائر والمغربَ وتونس تعتزم إطلاق قمر صناعى صغير (تبلغ زنته خمسين كيلوجراما) وذلك خلال فترة تتراوح ما بين خمسة وعشرة أعوام، ومن تصميم وتنفيذ علماء وخبراء من افريقيا، وأن ستة باحثين (اثنين من كل دولة) قد بدءوا بالفعل فى العمل على تنفيذ المشروع "الذى يحظى بدعم مالى وفنى من المركز الوطنى الفرنسى لدراسات الفضاء" بما

١-يساهم اتحاد الإذاعة والتليفزيون بنسبة ٤٠٪، والبنك الأهلى ٧,٥٪، وبنك القاهرة ٧,٥٪، و١٠٪ للهيئة العربية للتصنيع، و٣٥٪ تطرح للاكتتاب العام أمام الأفراد والشركات ومن المنتظر أن يتم ذلك من منتصف فبراير عام ١٩٩٦م فى مقار البنك الأهلى وبنك القاهرة، حيث تحددت قيمة السهم الواحد بسعر ١٠٠ جنيه مصرى، والحد الأدنى لشراء الأسهم بالنسبة للأفراد هو خمسة أسهم مع وضع حد أقصى لمنع السيطرة.

٢-يتم فك كود هذه الشفرة بوساطة جهاز خاص (Decoder) ويحتمل استخدام هذا الجهاز نفسه لاحقا فى فك شفرة قنوات القمر الصناعى المزمع إطلاقه.

سيتيح إعداد فريق من المتخصصين فى مجال الأقمار الصناعية وإرساء صناعة فضاء مغربية..

كذلك يتم حاليا فى دولة الإمارات المتحدة دراسة جادة لمشروع إطلاق قمر صناعى يحمل اسم "ثريا" (Thuraya)، ويعتقد أن هذا القمر الذى تشرف عليه هيئة خاصة للأقمار الصناعية فى الإمارات سوف يستخدم كذلك لخدمة التليفون المحمول (الجوال).

وغني عن الذكر هنا أن هناك دولة من العالم الثالث قد سبقت العرب ودخلت قبلنا عالم الفضاء بفضل جهود أبنائها وهى الهند[1].

٣- التطور التقنى للأقمار الصناعية

ما قاله كلارك بخصوص هذه التوابع التى فى إمكانها ربط العالم باتصال دائم طوال ٢٤ ساعة فى اليوم الواحد كان من الصعب تصديقه، ولم يكن ليتحقق قبل سنوات طوال. ولقد ساعدت الحرب الباردة التى تسببت فى انتشار الصواريخ العابرة للقارات أيضاً فى الإسراع باستخدام الأقمار الصناعية فى مجال الاتصالات، والتى ترتبط بطبيعة الحال بتكنولوجيات أخرى أهمها تكنولوجيا الصواريخ القاذفة التى تساعد فى وضع هذه الأقمار فى مداراتها، وتكنولوجيا المحطات الأرضية.

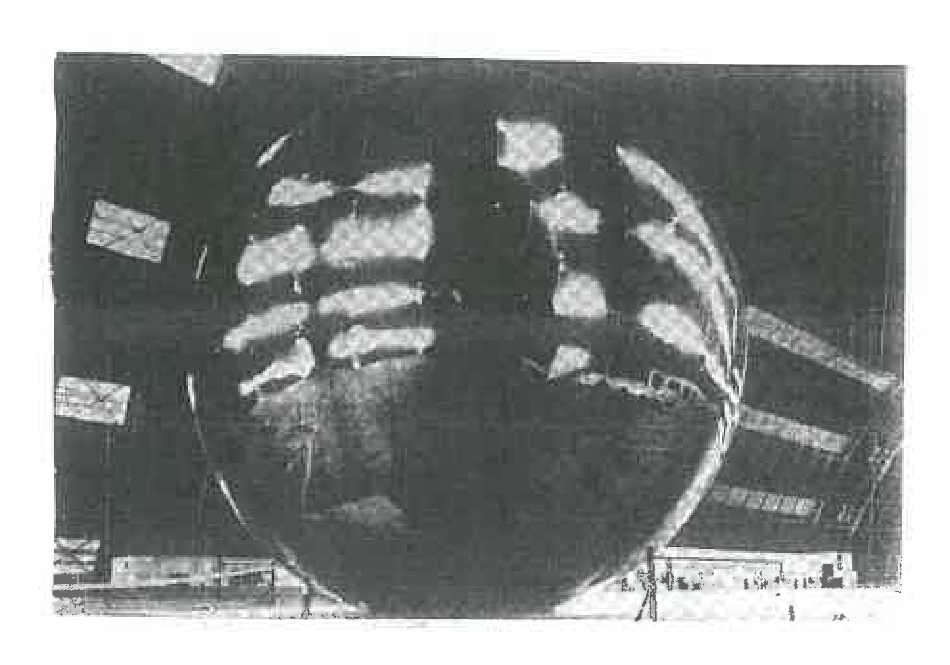
وقد مرت تقنية الأقمار الصناعية بمرحلتين أساسيتين أطلق على أقمار المرحلة الأولى منها اسم "الأقمار غير الثابتة"، وأطلق اسم الأقمار الثابتة" على أقمار

١-انشراح الشال.-الأقمار الصناعية والتنمية. مرجع سابق.

المرحلة الثانية وذلك لخصائص تتميز بها أقمار كل مرحلة من المرحلتين وفيما يلـى ذكر لأهم هذه الخصائص[١].

أ- النوع الأول من الأقمار الصناعية: الأقمار غير الثابتة

فى بداية عهدها، لم تكن الأقمار الصناعية تحمل أى أجهزة أو معـدات للتعـامل مع الإشارة التى تصلها من محطة أرضية قبـل إعادتهـا إلى محطـة أرضيـة أخـرى، إذ كانت عبارة عن سطح عاكس فقط لهذه الإشارة، لذلك سميت هـذه الإرهاصـات الأولى للأقمار الصناعية بأنها أقمار "سلبية" للتمييز بينها وبين الأقمار التى ظهـرت فيما بعد والمزودة بمضخم أو أكثر للصوت إلى جانب هوائيات لالتقاط الإشارة من محطة أرضية تتعـامل معهـا وتعيـد بثهـا إلى محطـة أرضيـة أخـرى بعـد تقويـة هـذه الإشارة، ويسمى هذا النوع "المتطور" من الأقمار الصناعية بأنها أقمار "إيجابية".



صورة للقمر إيكو الأول

١- يمكن الاستزادة بالرجوع إلى:

انشراح الشال.-الإعلام الدولى عبر الأقمار الصناعية. مرجع سابق.

التغلّب على العديد من المشاكل الفنية المتعلقة بإيصال الأقمار الصناعية إلى مداراتها وعند الانتهاء من هذه المرحلة ستكون عملية الإرسال والاستقبال كالأتي: محطة الإرسال الأرضية إلى القمر الصناعي إلى المشاهدين وبذلك يتم اختصار عامل الزمن، وتتم عمليات التحكّم في الإشارة وكذلك في المواد الإذاعية المرسلة إلى الملتقي.

المآخذ على القنوات الفضائية

ربما كان من العدل والإنصاف قبل الخوض في مسألة المآخذ على القنوات الفضائية بيان أنه لا ينبغي إطلاق الأحكام على القنوات الفضائية التي تعود في ملكيتها إلى دولة إسلامية أو أفراد مسلمين ضمن الأحكام التي تطلق على القنوات الفضائية التي تملكها دول كافرة أو أفراد كفار، بل لابد من الحكم على كل طائفة بما يناسب حالها قرباً أو بعداً من الصواب، ولابد أيضاً عند الحديث عن المآخذ من التفريق بين القنوات الفضائية كوسيلة اتصال عصرية متاحة للاستخدام، وبين واقع استخدامات هذه الوسيلة.. على أنه لا ينبغي أن يفهم من الكلام السابق أنه لا توجد مآخذ أو ملحوظات تشترك فيها القنوات الفضائية العربية أو تلك التي يملكها مسلمون مع القنوات الفضائية التي يملكها كفار، سواء كان ذلك بسبب كثرة المادة المستوردة أو ضعف المادة المنتجة محلياً أو لغير ذلك من الأسباب التي يعود كثير منها إلى فساد في التصور أو انحراف في السلوك.

وكائناً ما كان الأمر فهناك رؤى مختلفة فيما يتعلق بطبيعة الأخطار التي قد تصيب العالم الإسلامي من جراء البث المباشر حيث قلل البعض من مخاطره، وبالغ آخرون فيها تبعاً لسعة إمكانات الاستقبال سواء كان البث عبر القناة غزيرة الإشعاع أو القناة الجماعية من غير حاجة إلى وسيط، مما جعل الجمهور "موضع استحواذ من فضائيات عدة مسخّرة لخدمة أغراض وأهداف هي موضع شك وملاحظة ممن يشاهدون ما تبث من مضامين، أضف إلى ذلك أن التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال وما نجم عنها من تطور سريع في تجارة المعلومات قد أثارت



مخاوف عدد كبير من الدول من انتهاك حق الخصوصية لمواطنيها، ومؤسساتها، وشرعت في سن قوانين حماية حق الخصوصية مثل (أمريكا، وألمانيا، وفرنسا، وكندا، واستراليا، وبلجيكا، والسويد، والدانمارك، ولكسمبرج، وسويسرا، وإسبانيا، والنرويج، وإيرلندا، وإيطاليا، واليابان، وهولندا، وبريطانيا).

ومهما يكن من أمر فإن قنوات الفضاء باعتبارها وسيلة العصر هي سلاح ذو حدين، ذخيرته الأساسية في الحقيقة هي المعلومات، وما صنيع شبكة السي إن إن، في حرب الخليج عنا ببعيد فقد أثبتت مقولة أن الإعلام هو الذي يتولى مقاليد الأمور في العالم حالياً، وأن من يملك وسيلة إعلام مؤثرة يشارك في الحكم محلياً وعالمياً بقدر تأثير وسيلته.

ومع ما في هذا الحكم من مبالغة فإنه لاشك أن للقنوات الفضائية قدرة كبيرة على التأثير على الأفراد والجماعات، غير أن نجاحها مرتبط بعوامل أخرى، لكن ذلك لا يقلل من التأثير السلبي لها، ولعل أبلغ شاهد على ذلك القرار الذي اتخذه مجلس وزراء الإعلام بدول الخليج في اجتماعهم الرابع بدولة البحرين الذي جاء فيه "اتفق الوزراء على التمسك بالقيود التي تحد من اتساع استعمال أجهزة الاستقبال الفضائية الصغرى (أطباق الالتقاط) نظراً لحساسية وأهمية هذا الجانب، وعلاقته بالتراث والأصالة وحماية المواطنين من مخاطر البث المباشر الذي لا يتفق وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف".

والحق أن هذا التخوف في محله لو صح التطبيق والهدف، إذ إنه أصبح من شبه المؤكد وصول البث المباشر إلى كل منزل في ظل التطور المتسارع لتقنيات الاتصال مما يثير إشكالات ثقافية، واجتماعية، وأخلاقية تتمثل في حقيقة الفوارق الكبيرة بين المجتمعات البشرية فيما يتعلق بحدود المباح وغير المباح، ومن ثم فإن كثيرين يرون احتمال تجسد الشر فيها تحت مسميات عديدة (الشك، والفوضى، وعدم النظام، والتشويش) وربما كانت مقاومة الحكومات وعجز الأفراد عن استيعاب تدفق المعلومات الهائل عبر البث المباشر سواء من الأقمار الصناعية أو شبكات الكيبل من أسباب الحد من تفاقم المخاوف.



ومع ذلك فهناك تأثيرات سلبية عديدة للبيئة الاتصالية الحديثة تمثلت في التأثيرات الإنسانية، والاختراقات الثقافية، والتأثيرات المادية، وأخرى أخلاقية، وسياسية مما سيجري الحديث عنه تفصيلاً فيما بعد.

وقد أجريت دراسات عدة على المستويين الدولي والمحلي حذرت من المخاطر الجسيمة التي قد تنجم عن الوضع الاتصالي الكوني الجديد، الذي تمثل خصوصاً في تسطيح الحضارة الكونية والقضاء تدريجياً على مكونات التنوع فيها بطمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية، وتذويب معالم الذاتية الحضارية التي يختص بها كل شعب كما أنه من ناحية أخرى ينطوي على مخاطر أخرى دعائية، وتسليط ثقافة على أخرى، وانحراف في الأفكار، وتهديد اقتصادي، وأمني.

ولو لم يكن إلا هذا من حيث الأخطار المتوقعة من جراء البث المباشر جملة لكان في حد ذاته كافياً لاتخاذ أسباب الحيطة والحذر، كيف وقد أفاضت الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الفضائي اليوم في الحديث عن الأضرار التي ثبت أنه يحدثها في الحياة البشرية عموماً، والحياة الإسلامية خصوصاً، فكثير من الناس يرى أن البث المباشر له سلبيات كثيرة تمثلت في المآخذ العقدية والثقافية، والأخلاقية، والسياسية الملاحظة على مضامين كثير من قنواته التي تسعى لجذب المشاهدين بتقديم الممنوع في ملتهم وبلدانهم من المضامين التي تبثها، ومن ثم اعتبر مثل هذا البث ضرباً من الاختراق للمقاييس الأخلاقية والثقافية للمجتمعات، إلى جانب أن البث الفضائي قد أسهم في إبراز قضايا اقتصادية وسياسية على حساب قضايا أخرى قد تكون أهم منها عند من يوجه لهم وهم في غفلة مع مقتضيات ذلك من توجيه للرأي العام سياسياً، واستهلاكياً، حسب رؤية المسيطرين على قنوات الفضاء، "إن تأثير التلفزيون (والقنوات الفضائية نمط متطور منه) كما يتفق الباحثون ينصب أصلاً على الثقافة بمفهومها الشامل الذي يتصل بالقيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك" لذا وجدنا كثيراً من تلك الفضائيات تقدم عروضاً وبرامج ونصوصاً غير ملائمة لفطرة البشر السوية كالأفلام الرياضية وغيرها مما



أسهم في تهديد الدول، وفرض سياسات كونية لم يكن لها أن تقبل لولا ترويج القنوات الفضائية تعميماً وتسويقاً.

وكل ذلك إنما يعود للآثار التي تحدثها المواد اللاأخلاقية المبثوثة من القنوات الفضائية، سواء من حيث الشكل بالصورة والمشاهد الخليعة، أو المضمون المخالف للقيم والأخلاق عموماً، وعلى هذا تكون أهم المآخذ هي كونها (القنوات الفضائية) أصبحت وسيلة لانتشار الرذيلة، والدعوة لممارستها بإشاعة صور ارتكابها وإثارة الرغبة فيها بشتى سبل الفتنة مع ما يصاحب ذلك من نشر لصور الفساد الأخرى كالمخدرات والخمور حتى غدت كأنها غير محرمة، وتحريض على الجرائم عموماً بإظهار مرتكبيها في صورة أبطال يقتدى بهم، وقبل ذلك زعزعة العقيدة في نفوس المشاهدين بالتشكيك فيها، وتقديم العواطف بمعناها الشهواني، وابتذال النساء والأطفال من خلال الإعلان والترويج للموضة، وإضعاف البصر، وإهدار الوقت وعدم الاستفادة منه في العبادة أو الدراسة أو المنافع الأخرى مع ما يصاحب ذلك من كسل، وانشغال عن القراءة المفيدة، وتعطيل للقدرات العقلية والتأملية حتى غدت القنوات الفضائية كأنها أداة كبيرة للانحراف.

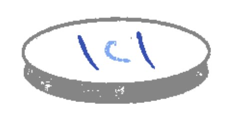
هذا في الجملة ما يمكن أن يكون مآخذ العقلاء من البشر على القنوات الفضائية، وتأثيرات هذه المآخذ السلبية في عمومها، أما بالنسبة للعالم الإسلامي فإن كثيراً من الباحثين والدارسين يرون أن البث المباشر بحكم تحكم أصحاب النفوذ فيه من غير المسلمين يمثل غزواً حقيقياً للعالم الإسلامي لم يعد العدة لمواجهته مما جعله محل رفض ومعارضة لما يحمله هذا النمط الإعلامي الدولي من تأثير في الأفكار، وغرس لمشاعر الاغتراب، الناجمين عن الاستعمال التجاري للقنوات الفضائية أو استغلالها لأغراض سياسية واجتماعية خارجية مما يمثل غزواً وسيطرة ثقافية لما يحويه من أفكار، وأنماط حياة، وقيم، وأشكال للتعامل والسلوك في المجتمع الغريب المتحكم في التقنيات.

ولما كانت صناعة الأطباق في تطور مستمر والبرامج التي تبث من القنوات الفضائية وتستقبل بواسطتها من شأنها دعم هيمنة الدول الصانعة، والمالكة للأقمار



الصناعية، ونشراً وتعذراً لثقافاتها، وعاداتها فإن ذلك في الحقيقة يعد غزواً للبلدان التي لا تملك مقومات المواجهة الحقيقية، وتهديداً للقيم والمفاهيم السائدة فيها، ومعلوم أن الدول والشعوب الإسلامية هي المستهدفة بالدرجة الأولى، كما ينطق به لسان حال من يوجهون البث المباشر ومقالهم.

وهذا "الغزو الثقافي يرمي إلى غزو الإنسان في عقيدته وفي لغته، وفي سلوكه، وأخلاقياته، ونمط معيشته من خلال إحلال نماذج معينة من التفكير والنظر إلى الحياة والسلوك محل النظر السائر النابع من روح الشعب المستهدف من قيمه، وعاداته وأخلاقه"، وبه يغير الإنسان من الداخل حيث يتسلل الشك إلى قناعاته ومن ثم تضعف المقاومة عنده ويتمكن العدو من إخضاعه، وفقاً لسنة الله سبحانه وتعالى في التغيير "إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم وإذا أراد الله بقوم سوءا فلا مرد له وما لهم من دونه من وال" (سورة الرعد: ١١)، ومن ثم كان الخطر الحقيقي في أنفسنا، وعلينا تحريرها من كل أسباب الضعف والهوان بإيقاد جذوة الإيمان فيها، وزيادة صلتنا بخالقنا وعندها تزول شكوانا من الغزو الخارجي المتمثل فيما تبثه القنوات الفضائية من فكر سقيم، وسلوك غير سوي حف بأنواع البهرجة، والزينة، سعياً وراء فك الارتباط بين الثقافة المعرضة للغزو، وأصحاب هذه الثقافة، وذلك ما ليس سهلاً ولا ميسوراً بحمد الله طالما تمسك أهل الثقافة المغزوة بثقافتهم ومبادئهم وقيمهم وأخلاقهم، وذلك ما أمر به ربنا جل جلاله في قوله: "فاستقم كما أمرت ومن تاب معك ولا تطغوا إنه بما تعملون بصير" (سورة هود: ١١٢)، ومن هنا وجدنا من يعتبر البث المباشر عبر الأقمار الصناعية ومن خلال القنوات الفضائية غزواً فكرياً، واجتماعياً يأتينا من الفضاء بطريقة تتيح للثقافات الأجنبية اقتحام أجهزة المشاهدين في منازلهم من غير استئذان ولا رقيب، وأخطر ما فيه الآثار العقدية والثقافية والعلمية، والسياسية، والأخلاقية والأمنية، والاجتماعية إلى غير ذلك من الآثار التي أشارت إليها دراسة أجريت على الأطفال العرب ومن بينها تمرد الأطفال على أسرهم واتساع الفجوة الفكرية بين الفئات والطوائف المختلفة، وارتفاع نسبة التقليد الأعمى لما يشاهدون، وشيوع السلوك العدواني، وضعف



التحصيل الدراسي، والإصابة بالكسل، والإحساس بالنقص مع التأخر العقلي والعلمي.

وما أشير إليه من سلبيات للبث المباشر على المستويات العقدية والأخلاقية والسياسية والثقافية من أسبابه أن هناك قنوات فضائية تنصيرية وأخرى يهودية لا ترقب في المؤمنين إلاً ولا ذمة، وكثيراً مما يقدم من خلالها هو أداة تفتيت للمجتمعات، وإلغاء لدور وسائل الإعلام المحلية إلى جانب إضراره بالأمن من حيث ارتباطه بدوائر المخابرات المعادية، وإثارته للاضطرابات، وتزيينه للجريمة وانتشار أنماط السلوك العدواني إضافة إلى آثاره الأخلاقية والاجتماعية المدمرة مثل المساعدة في شيوع الرذيلة وبيان سهولة ارتكابها، وبث الاغتراب والانبهار مع ما يصاحب ذلك من آثار اجتماعية أخرى مثل إثارة التطلعات الاستهلاكية، وتقديم الأنماط الإجرامية الشاذة، وتمزيق النمط الاجتماعي السائد بعرض مفاهيم وتصورات اجتماعية غير مرغوبة.

ولقد كان من أول المآخذ على القنوات الفضائية ما لوحظ من تأثير لها في المجتمعات الإسلامية التي تستقبل فيها بكثافة تمثلت في هز ثقة الشباب في حاضره هزاً عنيفاً، ودك أسس إيمانه بأمجاده الماضية، واكتنف المستقبل في نظره ضباب كثيف إضافة إلى انفصام عرى التضامن بين الأجيال، أما التحصيل العلمي وأثر القنوات الفضائية عليه بين الطلاب فخير ما ينبئ عنه من كابده وهم الطلاب.

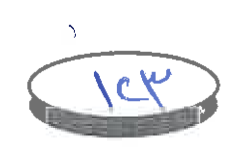
وقبل أن نطوي الحديث عن الآثار السلبية للقنوات الفضائية من خلال بيان ملحوظات الباحثين والدارسين على المضامين التي تبثها فإنه يطيب لنا التذكير بأبرز النظريات التي تفسر الآثار الاجتماعية التي يحدثها البث التلفزيوني عموماً والفضائي خصوصاً على المشاهدين وخاصة صغار السن وهي نظرية التطهير، ونظرية التعلم بالملاحظة، ونظرية التحريض، ونظرية التعزيز، ونظرية الغرس إضافة إلى ما كتب حول مدخل الاستخدامات والإشباعات (ماذا يفضل الناس لأنفسهم بوسائل الإعلام).

ومعلوم أن الرسالة الإعلامية تكون فعالة بقدر تعزيزها للمواقف والآراء الموجودة فعلاً إضافة إلى أهمية المرسل وحسن تقييم المتلقي الذاتي، حيث ينتقي المتلقون المضمون الذين يحبون، ويفسرونه بالطريقة التي يرونها ووفقاً لاهتماماتهم وميولهم، مع أن احتكار وسيلة الاتصال وجدّة الموضوع وعدم التعود عليه من الجمهور المتلقي وشبكة العلاقات الشخصية مما يزيد في فاعلية الاتصال، وهي أمور معظمها متوفر في مضمون الإعلام الفضائي، ونحن إذا ما أدركنا أن تكنولوجيا الاتصال هي أهم مجالات التقدم في القرن العشرين، وأنها استخدمت ولا تزال تستخدم من الدول المالكة لها ضد الإسلام والمسلمين من خلال بث السموم في أكثر أنواعها تطوراً وهو القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، يكون ذلك باعثاً على الاهتمام بإقامة قمر صناعي إسلامي باعتباره أحد المطالب الأساسية للمسلمين في عالم اليوم خاصة وأنه غير متاح الآن لغير القوة الرئيسة السيطرة على ثورة الاتصال وتكنولوجيا صناعة المعلومات، وتشكيل العقول، وأنماط السلوك.

إيجابيات القنوات الفضائية:

لابد من التقرير بادئ ذي بدء أن القنوات الفضائية ما هي إلا وسيلة، وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام، وأن مكانتها فيما يتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار والجذب باعتبار أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى فبعد مضي أكثر من ثلث قرن على انطلاقة أول قمر صناعي في الفضاء عام ١٩٥٧م تكون القنوات الفضائية بما حازته من اهتمام متزايد على مستوى العالم قد تبوأت مركز الصدارة من وسائل الإعلام المعاصرة.

ونحن عندما نتناول القنوات الفضائية بالدراسة بحثاً عن أفضل السبل للانتفاع بمزاياها الاتصالية إنما نفعل ذلك إدراكاً منا باختلاف واقعنا عن واقع أجدادنا فيما يتعلق بعالم الاتصال الذي مر بمراحل مختلفة "فمن طريق الاتصال الشفاهي والشخصي إلى الطريق الاتصالي الإلكتروني السريع، ومن طريق أنظمة الاتصال الموجهة إلى طريق أنظمة الاتصال المتشاركة، وعن طريق الرسائل العامة



الموجهة إلى طريق الرسائل الفئوية المتخصصة، ومن طريق الاتصال الهاتفي الشخصي إلى طريق الاتصال الحاسوبي، المتشارك والمصحوب بالصوت والصورة، وأخيراً من طريق الاستقبال السلبي للرسائل الاتصالية إلى طريق الاستقبال المتفاعل والتراسل بين المرسلين والمتلقين.. فالتقنية المتقدمة أو العالية، قد مهدت الطريق أمام الإنسان ليسبر غور الفضاء البعيد ويسيطر على الوقت، وليحصل على المعلومات ويتبادلها مع الآخرين أينما كانوا".

ومن ثم فالقنوات الفضائية بما وصلت إليه هي وسيلة الاتصال الأكثر انتشاراً، والأوسع مدىً، والأكثر جذباً وإغراءً لجمعها بين الصوت والصورة، والضوء، واللون والحركة، واستخدامها مما يحقق الظهور لدين الله وهذه أبرز إيجابياتها، ذلك أن سطوة الإعلام الفاجر، وطوفان المعلومات غير السوية، وأثره على بصائر البشر وبصيرتهم، قد أججا نار الحيرة والقلق في النفوس ووجها نحو التطلع إلى طريق الهداية والنور، كل ذلك مما يعمق الإحساس بأهمية استثمار طاقات القنوات الفضائية في الدعوة إلى الله، حيث إن الناس كل الناس في أمس الحاجة إلى جهد إعلامي يجعل التدين ثقافة للناس، والقنوات الفضائية وسيلة العصر المناسبة بحكم تطورها، وشدة جذبها للناس، على مختلف طبقاتهم، واستخدامها في بث معان تحارب الرذيلة، وتزكي جذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي، وتسهم في بناء المجتمع الفاضل، والأمة الملتزمة، وهذا يجعل تلك القنوات من ضرورات العصر.

وما دام أنه مطلوب من المسلمين إحسان البلاغ، "فلن يكون ذلك ممكناً ما لم يحسن المسلمون كيفية البلاغ العصرية المرتبطة في حقيقة الأمر بطبيعة تطور وسيلة الاتصال التي تحمل معاني الإيمان والحق والصدق، والعفاف والطهر والنقاء في كفاية واقتدار، وهي في عالم اليوم متربع على عرشها القنوات الفضائية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية".

فإشارة التلفزيون المبثوثة عبر الأقمار الصناعية تستقبل في منازل المشاهدين دون حاجة إلى وسيط، بسبب ما حققته تقنيات الاتصال من تقدم بلغت به وسيلة



الاتصال قمة التطور إذ أمكن أن يقال بحق إن هذا الإنجاز هو ميزة العصر الاتصالية التي أتاحت إمكان الوصول إلى أي مشاهد على مستوى العالم من خلالها، وخاصة أن عددها الآن يفوق الخيال، وأن الإرسال عبرها يجري بلغات عديدة، وعلى مدى أربع وعشرين ساعة، وإلى جميع القارات دون استثناء حيث يتم البث إلى المستقبل في أي مكان من العالم في أجزاء من الثانية سواء كان ذلك عبر الأقمار الصناعية الدولية أو الإقليمية أو المحلية.

وبغض النظر عن الآراء العديدة حول ظاهرة البث المباشر والأحكام الصادرة حولها، فإنه لا مناص لمن يتصدون للدعوة إلى الله من تطويع قدرات القنوات الفضائية في الانتشار، والذيوع، والإبهار لغزو قلوب الكافرين والمبطلين في كل مكان إخراجاً لهم من الظلمات إلى النور وحدا من الآثار السلبية التي أحدثتها في الجوانب الفكرية والخلقية والسلوكية.

ولعل نسبة الإقبال على البرامج الدينية المبثوثة خلالها تؤكد الحاجة إليها، وفقاً لما جاء في دراسة أجراها الدكتور عاطف عدلي العبد وزميلته على دراسة أنماط مشاهدة تسع عشرة قناة من قبل طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة فقد حصلت البرامج الدينية على نسبة ٩٤,٢٪ من النوعية الأولى من برامج تلك القنوات مما يؤكد أهمية استخدام القنوات الفضائية وإيجابياتها بالنسبة للبلاغ، ونشر الخير وتعميمه، وأيضاً حصلت البرامج الدينية على نسبة ٨٢,٥٪ من مشاهدي القناة الفضائية المصرية، وحصلت البرامج الثقافية في القناة نفسها على نسبة مشاهدة بلغت ٧٧,٥٪ وهي نسب تؤكد مدى أهمية استثمار القنوات الفضائية في بث ما ينفع الناس ويمكث في الأرض، وخاصة أننا أمة بلاغ لا يصح في حقنا إغفال فرصة ثمينة كهذه لتحقيق الظهور والذيوع لديننا، وكفى بذلك إيجابية بالنسبة للمسلمين، لكن ينبغي أن يكون تعاملنا مع ظاهرة الإعلام الفضائي تعاملاً واقعياً ومسؤولاً يدرك حقيقة واقعه، وكيفية إحسان توظيفه، ويغير الصورة التي عليها واقع استخدامات القنوات الفضائية العربية حيث لم تحسن الصورة العربية، ولا الصورة الإسلامية، فليست المسألة مسألة ظهور على الهواء، بل لابد أن يكون

لدينا ما نقوله للآخرين مما هو شديد الصلة بذواتهم ومصلحتهم، وما يفيدهم ويمتعهم، صحة في المضمون، وجاذبية في العرض، ومهارة فنية فائقة في الأداء، ورغبة صادقة في المثوبة من الله سبحانه وتعالى، وتفان تتطلبه هذه الرغبة، وخاصة أننا "نشهد منذ فترة تطوراً ملموساً في امتلاك العديد من تقنيات الاتصال والإعلام الحديثة، فلدينا مشاريع ناجحة في مجال الأقمار الصناعية، ولدينا مشاريع ناجحة في البث التلفزيوني الفضائي، ولدينا تقدم لا بأس به في استخدام شبكات المعلومات وتوفير خدماتها في عدد من بلداننا العربية على تفاوت بينها، ولكن السؤال الذي لا يزال يبحث عن إجابة هو: هل واكب هذا التطور الملموس في امتلاك التقنيات تطور مماثل في البنى الفكرية والاجتماعية للعمل الإعلامي؟".

وعدم الاستفادة المثلى من وسيلة العصر (القنوات الفضائية) قد يترتب عليه انتشار الفساد لعدم مواجهة شرور البث المباشر ذي الطبيعة الماجنة والحد منه، وما يترتب على ذلك من آثار سيئة جرى بيان كثير منها فيما سبق ليس أقلها بث اليأس في نفوس المسلمين، والشعور بفقدان الذات، ومحو الهوية، والسلبية في التعامل مع القضايا الإسلامية، فضلاً عن عدم الانتماء العقدي، وعدم الالتزام، والانحلال، والتفكك الأسري والتسيب وغير ذلك من الآثار السيئة الظاهرة غير الخافية والمعلومة غير المجهولة، ومتى ما أحسنا استثمار طاقة القنوات الفضائية حققنا هيمنة الإسلام على الإعلام، ومكّنا لحقائقه وحقائق الواقع في نفوس الناس عن طريق استغلال طاقة وسيلة الإعلام العصرية في حفظ نصوصه، وإشاعة معانيها الحقة بين الناس، والكشف عن التطبيقات السديدة للإصلاح من خلال التركيز على معطيات العصور الزاهية للمسلمين في القديم والحديث وبذلك يصبح الإسلام مرتكز حياة الناس اليومية ومادة حديثهم، ومحاوراتهم ومستند تصرفاتهم، وبذلك نكون قد ضربنا للناس المثل في الصلاح والاستقامة، ومكّناهم من التعرف على حقيقة الإسلام، ودعوناهم بصدق قولاً وعملاً للدخول فيه، وأقمنا الحجة على من لم يشأ الله هدايته، ذلك أن "الإعلام يمكن أن يسهم بقدر وافر في مجال الدعوة ونشر الإسلام، وإظهار حقائقه للناس".



وأمر آخر يجب التنبه إليه، وهو أنه لم يعد أمر إنشاء قناة إسلامية فضائية أو مجلة، أو جريدة إسلامية كافياً لمواجهة هذا الزخم الهائل من القنوات الفضائية الموجهة عبر الأقمار الصناعية، والمجلات والجرائد المتنوعة والتي أصبحت تستقطب غالبية الناشئة والشباب إلا من رحم ربي وحتى الكبار أصبح الكثير منهم لا يستطيع التحول عنها، لما تقدمه من برامج عديدة ومتنوعة تناسب الأذواق والرغبات، ومن هنا يلزم العمل على اقتحام هذه القنوات من الداخل وتقويمها من خلال المواجهة المباشرة ثقافياً وعلمياً.

وعلينا أن ندرك أهمية أن جهود المسلمين في هذا السبيل ينبغي أن تنطلق من سياسة إعلامية مشتركة يتحرك في إطارها كل من أراد إعلاء كلمة الله بواسطة القنوات الفضائية، أو غيرها من وسائل الإعلام لأن ذلك أدعى إلى التكامل وأبعد عن التنافر، والمسلمون أولى بهذا المسلك من أولئك الذين يتبعونه في نشر باطلهم والتمكين له، وينبغي أن تكون مرتكزات تلك السياسة متضمنة في المجالات الأساسية للحياة، الديني والثقافي والسياسي والاقتصادي، والاجتماعي، بحيث تستوعب الحياة البشرية في أبعادها الدينية والدنيوية، ولا يند منها شيء عن الاهتمام.

وإذا كان ما مضى هو أهم ما يمكن الوقوف عنده من إيجابيات القنوات الفضائية بالنسبة للمسلمين فإنه ينبغي أن يشار إلى أن لها أيضاً جوانب إيجابية أخرى يشترك في الانتفاع بها غير المسلمين مع المسلمين، فهي ذات أثر في مساعدة الإنسان على توفير أسباب الراحة، وتحقيق المصالح حيث قربت البعيد، وسهلت صوراً من الاتصال الثقافي والاجتماعي والسياسي لم تكن متاحة من قبل بما هيأت من إمكانات لخزن المعلومات، ونقلها استفادة من تجارب الآخرين دون مشقة، مما يتوقع معه أن تكون أداة حقيقية لبناء مجتمع أفضل، ذلك أن البث المباشر يتيح فرصاً للإعلام الدولي بنشر الأخبار، ويوفر تجارب على الصعيد العالمي ويسهم في محو الأمية، ونشر التعليم، وتثقيف الجماهير، إضافة إلى النقل الحي للأحداث، وتطوير صور التبادل العلمي والثقافي، وهو فرصة للتحاور الحضاري، ويمكن من



الاشتراك في متابعة ما يجري على مستوى العالم لحظة وقوعه من مصادر متعددة مما يسهم في تكوين صورة صحيحة عنه بالانفتاح على العالم وزيادة المعلومات عنه مع اكتساب مهارات جديدة قد تساعد على تغيير الاتجاه والسلوك السلبي، والتخلص من العزلة والوحدة.

ومن ثم فإنه رغم الصيحات المتعالية للتخلص من التلفزيون (والقنوات الفضائية نمط متقدم منه) لكثرة الشر والفساد فيه فإنه لا مناص من الاعتراف بأنه أحد منجزات العصر التي أكسبت الإنسان سيطرة أكبر على واقعه، وأطلعته على أسرار كونية ما كان يستطيع الاطلاع عليها من دونه حيث بلغت تكنولوجيا الفضاء الذروة في القدرة على عرض ما يجري في العالم حال وقوعه.

وفوق ذلك فإن القنوات الفضائية في حقيقة الأمر ما هي إلا إرسال تلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ولا ينكر عامل أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية تعليمية، وتربوية، وإخبارية، وهو كذلك فرصة لنظام تعليمي متطور وسريع وشامل يساعد في إيجاد جو تنموي فعال، وهذه الأهمية مقدرة ومعتبرة، وغير منكرة، وتأسيساً على ذلك فالقنوات الفضائية وسيلة تربوية متى أحسن استخدامها تجذب إليها ملايين البشر بحكم خصائصها الذاتية شديدة الوقع والتأثير، وكثير منها مهيأ لتقديم خدمات تعليمية، وتربوية، وثقافية، وإعلامية واسعة ومن ثم ليس من الحكمة رفضها والإعراض عنها.

الإعلام الفضائي وقضايا المجتمع والشباب:

يشكل الإعلام في واقعنا المعاصر عصب الحياة، ولا ينكر أحد مدى الانتشار الواسع للبث الإعلامي، وتجاوزه لجميع الحدود وتخطيه أقصى المسافات حتى أصبح أثره واضحاً على كافة الأصعدة، وأكثرها وضوحاً الواقع الاجتماعي والقيمي الذي يشكل ثقافة المجتمع وعقائده.

ومع أن القنوات النافذة تشكل لقاء الجمهور العربي بالفكر الغربي والحضارة والثقافة الغربيتين ولا يشكل هذا اللقاء حواراً بين الطرفين، إذ يتحدث



طرف واحد فقط بينما يعد الجمهور العربي مجرد طرف مستقبل بل أخذ يقوم بدور كبير في تشويه صورة العرب.

وتقول دراسة لـ "يونيسيف" إن الشباب المراهق يقبل على المسلسلات الأجنبية والبرامج الرياضية، وتقول: "إن أكثر البرامج التي تلاقي استحسان المراهقين هي الأفلام والمسلسلات وبرامج المنوعات والفيديو كليب، تليها بعض البرامج الأخرى وهم نادراً ما يشاهدون النشرات الثقافية أو أي برامج ثقافية جادة".

ويشاهد معظم مراهقو بلادنا العربية عدداً من الأفلام أسبوعياً يتراوح بين ثلاثة وستة أفلام، وقال التقرير إن ٨٠٪ من المراهقين الذين شملتهم الدراسة إنهم يستقون جانباً كبيراً من معلوماتهم عن الجنس من تلك الأفلام، بل قال إن ٦٤٪ يشاهدون الأفلام بغرض مشاهدة لقطات الجنس.

إن نظرة فاحصة إلى فضائياتنا العربية ومدى الحيز التي تحتله قضايا الشباب فيها يصيبنا بخيبة أمل.

فنظرة هذه المحطات لقضايا الشباب نظرة استهلاكية وسطحية لا تتصور قضايا الشباب- في أغلب طروحاتها- خارج الموسيقى والرقص والفن والرياضة وما شابه ذلك، وبرامج تلفزيون تشهد بذلك، وليس "ستار أكاديمي" وحده يغرد ناشداً في هذا المضمار وإنما هي حلقة في سلسلة يمكن أن تكون مفرغة أي لا نهاية لها تتعامل مع الشباب وعقولهم وتنظر إليهم تلك النظرة الاستهلاكية.. بينما الحقيقة أن للشباب قضايا حقيقية غائبة عن اهتمامات تلك الفضائيات.

ففي الوقت الذي تصر فيه هذه الفضائيات على تسفيه عقول الشباب بما تقدمه لهم من برامج تافهة، أثبت كثير من الشباب نضجه وأنه على درجة كبيرة من الوعي المعرفي والثقافي وأنه على درجة عالية من النضج والمسؤولية.

يجب أن تعطي الفضائيات قضايا الشباب اهتماماً حقيقياً، ومن الإجحاف أن تكون نظرة الفضائيات لفتياتنا هي نفس نظرة الغرب لبناته ونسائه، فالتعامل مع المرأة على أنها سلعة أو جسد أو كمادة ملازمة للإعلان- كما هو الواقع في فضائياتنا- إنما هي نظرة مستوردة من الغرب بعيدة عن تراثنا كل البعد، فالمرأة



عندنا محترمة مكرمة مصانة، وإن تعامل إعلامنا معها بالنظرة الغربية هو إهانة لها قبل أن يكون خرقاً للقيم، وقبل أن يكون مسخاً للعقل المتلقي من شبابنا وفتياتنا، بحيث يصبح النموذج المحتذى لدى فتياتنا فقط نموذجاً لموديل مشهور ومثير، أو مسخاً لراقصة.

تكاد تجمع الآراء على تجاهل الفضائيات للقضايا الأساسية للشباب والتضخم الذي يؤدي إلى تأخير سن الزواج في الوقت الذي يعرض أمامه مغريات الحياة، ويطالب في الوقت ذاته بالصبر أمامها والبعد عنها وعدم الوصول إليها.

وكذلك معالجة القصور في الظهور الشبابي في كافة الأصعدة السياسية المؤثرة وهذا القصور يزيد عناءه ومعاناته وسخطه وتمرده وشعوره بأن الواقع ظلمه وحال بينه وبين حقوقه في متع الحياة، فيول هذا الشعور الاضطراب النفسي والقلق والتوتر والإحباط.

وقد يعيش الشاب حالة من التناقض الصارخ والصراع الداخلي والانفصام، في محاولته الفاشلة في التوفيق بين شهواته ومتعه وبين قيمه الدينية والأخلاقية، وقد يعمد إلى التلفيق لتبرير تصرفاته المسيئة للمجتمع، وينزلق أكثر فأكثر في طريق الخطيئة ويغرق في عواطف الحياة التي قد تودي به إلى المهالك.

كما أن تجاهل مثل هذه القضايا الملحة يصيب الشباب بالإحباط المؤدي لعدم المبالاة أو إلى الكبت الذي يؤدي إلى الانفجار أو الانخراط في أعمال ذات مردود سيء على الشباب نفسه وربما على البلد.

نشير هنا إلى جوانب سلبية هامة أبرزتها الفضائيات خاصة غير الإخبارية ومنها نشر ثقافة التطلعات عبر تركيزها على الإعلانات والبرامج الترفيهية والجذابة وتشويه القيم عبر استيراد أشكال ومضامين بعض البرامج والدراما ونشر رسائل سيئة بنظام (SMS) مباشرة وظهور المذيعات بملابس عارية وأمركة الثقافة العربية بتأثير الشركات متعددة الجنسيات حتى أنه يصل لنا في العالم العربي ٥٠ قناة إباحية منها قنوات ممولة بالكامل من جهات تهدف لإثارة غرائز الشباب العربي وإلهائه عن قضاياه وتشويهه.



كما أن بعض القنوات العربية تعمل على فصل الشعوب تماماً عن أولوياتها فلا ننسى أنه في الوقت الذي كان فيه يتساقط الشهداء في فلسطين والعراق كانت إحدى القنوات الفضائية تذيع بشكل متواصل الغناء والبرامج الترفيهية !!

إن هذه الظاهرة تدعو الغيورين على هذا الجيل إلى التأمل والمراجعة وإعادة النظر فيما تبثه تلك الفضائيات حتى لا تكون العاقبة في النهاية هي الخلل والإخفاق.

ونتساءل هنا: إلى أي حد نتوقع من جيل يعامل هذه المعاملة أن يسهم في مشروع الإصلاح والبناء المناطة به ؟ وهل مثل هؤلاء على مستوى التحديات التي تواجه الأمة اليوم ؟!

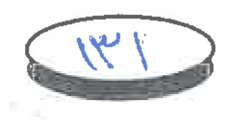
والى أي درجة نستطيع أن نواجه هذا الإعلام.

نحو إعلام فضائي هادف

يتبادر إلى الأذهان لدى الحديث عن إعلام فضائي هادف جملة من الأسئلة المشرعة، وأول تلك الأسئلة هو: هل هناك حاجة ماسة إلى إعلام فضائي هادف؟ وهل يحتمل الفن التلفزيوني الميال بطبيعته إلى النزعة الترفيهية والتسويقية أن يكون هادفاً؟ وإذا سلمنا جدلاً بذلك فما مواصفات ذلك الإعلام الفضائي الهادف؟ وهل يمكن أن ينجح في إثارة اهتمام المشاهدين وجذاب انتباههم؟ وهل يستطيع أن يحقق المعادلة الصعبة في الجمع بين جدية المضمون ومتعة العرض؟

وهناك أسئلة أخرى تتعلق بـ (صناعة الإعلام الفضائي الهادف، فمن الذي سيصنع هذا الإعلام، ومن الذي سيموله، وهل سيكون إعلاماً موجهاً تموله الحكومات أم إعلاماً تجارياً تحكمه قوانين العرض والطلب؟ إنها أسئلة كبيرة حقاً تصعب الإجابة عنها جميعاً في مثل هذه العجالة، ونكون مخادعين أنفسنا والقراء إن زعمنا أننا نمتلك الإجابات الشافية لتلك الأسئلة الكبيرة، ولكن لا بأس من محاولة الاجتهاد لعل فيها ما يفتح الآفاق لحلول مثمرة بناءة.

وبادئ ذي بدء لابد من القول أن حاجة مجتمعاتنا إلى إعلام فضائي هادف حاجة ماسة من عدة وجوه، منها:



- أن التلفزيون أصبح اليوم وسيلة إعلامية رئيسية في حياة الناس، فمشاهدوه بالملايين وهم في ازدياد مطّرد وسوق القنوات الفضائية تشهد ازدهاراً لا مثيل له.
- أن التلفزيون يمتلك عناصر عديدة للجذب والاستقطاب مما يجعله أحد أخطر الوسائل الإعلامية تأثيراً في مجتمعاتنا.
- أن سوق الفضائيات العربية بالتحديد تفتقر إلى القنوات الجادة والمتخصصة كما هو الحال في المجتمعات الغربية التي استعرنا منها هذه الوسيلة الإعلامية.
- أن النجاح النسبي الذي تحقق لبعض القنوات الفضائية العربية ذات الطبيعة الجادة يدل على أن المثل لمثل هذه القنوات موقعاً مرغوباً في اهتمامات المشاهدين العرب، وفضلاً عن ذلك كله فإن النظرة الموضوعية لطبيعة مجتمعاتنا العربية وواقعها تدل على أن هذه المجتمعات متدينة ومحافظة وهي لذلك لا تنظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها وسائل للترفيه والتسويق فحسب بل تطمع أن تؤدي هذه الوسائل أدواراً ذات طبيعة تثقيفية وتعليمية وتنويرية.

ومن جهة أخرى يتطلب واقعنا العربي الذي تنتشر فيه الأمية بكافة أشكالها، والذي يعاني أمراضاً حضارية قاتلة، أن نستثمر هذه الأدوات الالكترونية البالغة التأثير في توسيع دوائر التعلم، وزيادة فرص التثقيف والتنوير الاجتماعي والسياسي من خلال صناعة إعلامية راقية المضمون وراقية المهنية في آن واحد، ولا ينبغي التسليم بالمقولة الرائجة أن التلفزيون وسيلة ترفيهية وتسويقية بطبيعته، إن أصحاب هذه المقولة في الغرب يدركون الآن عدم صحتها على الإطلاق، فلماذا نبدأ من حيث بدأوا عوضاً عن أن نبدأ من حيث انتهوا؟!



إن للتلفزيون خصائص لا يمكن إنكارها فهو وسيلة سمعية- بصرية تجتذب العين والأذن وهو يعتمد على الصورة المتحركة ما فيها من حركة الجسم والتعبيرات التي تنعكس على الوجوه، وهو أسير الزمن ولا يحتمل البطء والتمطيط، وهو وسيلة معقدة جداً وذات تكلفة تشغيل عالية، وهو يعتمد كثيراً على مصادر الإعلان التجاري.

وكل هذه الخصائص جعلت للتلفزيون جاذبية شعبية وجماهيرية لا تضاهى، وهذا أدى إلى اللجوء إلى أمور منها صناعية النجومية، والتركيز على كل ما يحقق الطبيعة المرئية المبهرة للصورة التلفزيونية، والميل الجارف نحو تقديم ما يرضي أذواق المشاهدين ويشبع نهمهم إلى الاستمتاع دون جهد عضلي أو استثارة فكرية.

ولكننا نلاحظ هنا أن الخصائص المميزة للتلفزيون سخرت بطريقة أحادية لتخدم أغراض المهيمنين على الصناعة الإعلامية من مستثمرين ماليين يسعون وراء تعظيم أرباحهم المادية وتحقيق مصالحهم الشخصية أو سياسيين لا يريدون أن يكون لهذه الوسيلة دور تنويري يمكن أن يقوض هيمنتهم أو يسبب لهم مشكلات هم في غنى عنها!

إن خصائص الإعلام التلفزيوني الفضائي يمكن أن تستثمر بطريقة أفضل، وكما سخرت تلك الخصائص لصناعة إعلام فضائي ترفيهي تسويقي يمكن أن تسخر أيضاً لصناعة إعلام فضائي هادف بعيد عن الابتذال والإسفاف وإثارة الغرائز وتلبية الاهتمامات الدنيا لجمهور المشاهدين.

ومن الطبيعي أن نتساءل بعد ذلك عن مواصفات هذا الإعلام الفضائي الهادف الذي ندعو إليه، هل هو ذلك الإعلام التقليدي الذي يعتمد على المباشرة الفجة في الأسلوب والطبيعة الجامدة في المضمون ؟



وهل هو ذلك الإعلام الثقيل الظل الذي يتنكر لخصائص الوسيلة التلفزيونية من صورة مبهرة وحركة معبرة وسرعة في الإيقاع وتكثيف في الكلمة وبلاغة في الرسالة؟ وهل هو ذلك الإعلام المصطبغ بألوان إيديولوجية فاقعة يفتقر إلى روح الحوار وتعدد الرؤى وتلاقح الأفكار؟

إن الإعلام الفضائي الهادف الذي ننشده ليس كذلك، بل هو على العكس من ذلك تماماً، فهو:

- إعلام عصري في مضمونه وأسلوب عرضه، يمنح من تراث الأمة ويستوعب معطيات العصر فيمزج بينهما بذكاء وحكمة ليقدم للجمهور مادة إعلامية تنطلق من ثوابتهم الراكزة وتمس متغيرات حياتهم في أسلوب مشرق لا تكلف فيه ولا جمود.
- إعلام مهني راق يرتكز على خصائص الوسيلة التلفزيونية التي يخاطب من خلالها الناس ويوظف التقنيات الحديثة لخدمة الرسالة والوصول إلى الهدف.
- إعلام منفتح فكرياً وحضارياً فلا ينغلق في "جيتو الأدلجة" بل ينفتح على الحياة والناس والعالم لأنه ينتمي إلى دين للعالمين كافة، وحضارة تفاعلت مع الحضارات الأخرى على مر العصور، ولأنه يدرك أن العالم اليوم تحول إلى قرية كونية لا مجال فيها لعزلة أو ادعاء طهارة ذاتية!

ونحسب أن اجتماع هذه المعالم الثلاثة الرئيسية العصرية- المهنية- الانفتاح الفكري والحضاري هو أكبر نجاح إعلام فضائي هادف في زماننا هذا.

أما تحقيق المعادلة الصعبة في الجمع بين (جدية) المضمون و(متعة) العرض فليست مهمة مستحيلة إذا ما صدقت النوايا وتوافر الأشخاص المؤهلون فكرياً ومهنياً لتحمل عبء هذه المسؤولية الحضارية العظيمة، ومن قال أن



الجد يفتقر إلى المتعة، أو أن المتعة لا تتحقق إلا إذا افترقت عن الجدية؟ إن المسألة مسألة اهتمام وتجويد صناعة، وصاحب الرسالة الراقية والمهنية الرفيعة يصنع متعة الجد، ويربي بالعمل الدؤوب المتقن أذواق المشاهدين ويعلي من اهتمامهم.

ولن ينجح الإعلام الفضائي الهادف إلا إذا نظرنا إليه باعتباره صناعة متكاملة لها متطلبات مادية ومهنية من جهة، ولها شروط فكرية واجتماعية من جهة أخرى، ونقصد بالشروط الفكرية والاجتماعية توافر مناخ موائم لإعلام حر ومسؤول، فلا ينجح إعلام هادف إذا كبلته القيود وحاصرته البيروقراطية، ولا ينجح إعلام هادف في محيط اجتماعي لا يقدر رسالة هذا الإعلام ولا يتفاعل معها.

أما المتطلبات المادة والمهنية فأساسها التمويل، فالصناعة الإعلامية ذات كلفة باهظة، ويظهر لنا أن الحكومات اليوم لم تعد قادرة على تمويل إنشاء قنوات فضائية هادفة والاتفاق عليها بسخاء لتقدم لجمهورها ما يستقطب اهتمامهم، وفي الوقت ذاته لا يتحمس القطاع الخاص لتمويل مثل هذه القنوات لعدم جدواها الاقتصادية فما المخرج إذاً؟

إن التعاون بين القطاعين العام والخاص يمكن أن يكون الصيغة المقبولة، وهذا ما نجده في تجار بعض الدول المتقدمة في الغرب حيث تقوم الحكومات والقطاع الخاص بتمويل محطات تلفزيونية عامة أو تعليمية أو متخصصة لخدمة المجتمع.

ونجد في المجتمعات الغربية على نحو خاص اتجاهاً متنامياً من الشركات والمؤسسات الخاصة للمساهمة السخية في تمويل برامج ثقافية وتعليمية وإرشادية وإبداعية من خلال نظام الرعاية الكلية أو الجزئية ويتمثل الحافز لمثل هذه المساهمة في شعور تلك الشركات والمؤسسات بالواجب الوطني



من جهة، وفي تقديرنا للأثر الإيجابي بعيد المدى لمثل هذه النشاطات في تأكيد صورتها وسمعتها ومكانتها بين أفراد المجتمع من جهة أخرى، كما أن الجمعيات والمؤسسات الخيرية في الغرب تشارك أيضاً في دعم المشاريع الثقافية والإعلامية الجادة والهادفة ورعايتها، وتعد هذه المشاركة عملاً استثمارياً وإن لم يحقق لها عوائد مباشرة.

وليس المطلوب هو تحويل مشاريع الإعلام الفضائي الهادف إلى نشاطات خيرية تعتمد على استجداء التبرعات، بل المطلوب هو الوصول إلى صيغة تمويلية مناسبة، تتكاثف فيها الجهود وتتلاقى السواعد، ولعل في إنشاء مؤسسات إعلامية خاصة لا تستهدف تحقيق الربح المادي ما يعين على الخروج من مأزق التمويل الحكومي الذي قد يجلب معه التوجيه السياسي المباشر، ومن مأزق التمويل التجاري الذي يتعامل مع المادة الإعلامية باعتبارها سلعة تخضع لقوانين العرض والطلب.

الإعلام الفضائي الجاد

إذا كان الإعلام الفضائي العربي ينقسم إلى قسمين: ترفيهي وجاد، فان الإعلام الفضائي الجاد ينحصر في قسمين اثنين لا ثالث لهما: الإعلام السياسي والإعلام الديني.

القنوات المعرفية لا وجود لها إلا عبر شبكة "شو تايم" التي تقدم سلسلة مكونة من ثلاث قنوات مترجمة تابعة لباقة "ديسكفري" الشهيرة التي أصبحت رائدة في مجال الإعلام المعرفي على مستوى العالم أجمع.

الجمهور العربي بحاجة إلى قنوات معرفية عربية على غرار قنوات "ديسكفري" تتخصص في تقديم ما يمكن أن يطلق عليه "الخدمات المعرفية" بشتى أشكالها وبمختلف اتجاهاتها، فالعرب جزء من العالم، والعالم بأجمعه



دخل عصر الخدمة التلفزيونية المتخصصة بل والفارقة في التخصص، فلماذا نتخصص نحن في نقل وتقليد البرامج التافهة وننفق كل هذه الأموال في تصوير أغنيات الفيديو كليب، ونفترض أن أي مشروع إعلامي جاد سيصادف الفشل وسيحصد الخيبة؟! وحتى ولو كان هذا الكلام صحيحاً فان الدول ووزارات الإعلام مطالبة بإنشاء مثل هذه القنوات بغرض الارتقاء بالوعي العام، بدلاً من الاستمرار في إنشاء قنواتها المتعددة التي لا يشاهدها أحد، فالإعلام الجاد في حاجة إلى دعم رسمي.

الاشتراكات، ولها وجود دولي في هذا المجال، إذ تملك قمرين صناعيين للبث حول العالم، قيمتها (٦٠٠ مليون دولار)، والدخل السنوي للمجموعة يفوق سبعة بليون دولار[١٤].

٦- **مجموعة "ان بي سي NBC" (National Broadcasting Company)**: شركة خاصة في تقديم الخدمات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية[١٥] وتنتج برامج إذاعية وتلفزيونية كما تدير سبعة محطات للبث التلفزيوني وتقدم خدمات لأكثر من ٢٠٠ محطة متعاونة معها في الولايات المتحدة وتولي اهتماما لبرامج التلفزيون الكابلي، فضلا عن البرامج الفنية وبرامج الترفيه والبرامج الاقتصادية والرياضة، وقد اشترت شركة "جنرال الكتريك General Electric" شركة "NBC" في عام ١٩٨٦ بمبلغ (٦,٣) بليون دولار اثر الأزمة التي مرت بها، وهي اليوم إحدى الشركات التابعة لشركة (جنرال الكتريك) وتعد احدى ثلاث شركات تلفزيونية الأقوى في الولايات المتحدة الأمريكية. ولها فعاليات استثمارية في العديد من المحطات التلفزيونية، فضلا عن أقمار صناعية في العديد من البلدان ومشاركتها في محطات تلفزيونية في الخارج ومساهمتها في شركة (كومست) للأقمار الصناعية في الداخل[١٦].

٧- **مجموعة "كولومبيا برودكستنغ(CBS)Colombia Broad Casting":**

شركة عامة من أضخم الشركات الأمريكية في أعمال البث التلفزيوني، وتمتلك شبكة تلفزيون من ٢١٢ محطة فرعية، فضلا عن خمسة محطات في المدن الأمريكية الرئيسية وكذلك تملك شبكة إذاعية مع عشرين محطة بث، وتساهم في ٢٧ شركة رديف يتعاطى بعضها العمل الإعلامي في العديد من بلدان العالم(كندا، استراليا، فنزويلا، ايطاليا، بريطانيا، البرازيل، الأرجنتين)، فضلا عن مساهماتها في تأسيس محطات تلفزيونية في (إسرائيل) ،كذلك استثماراتها في شركات أخرى وملكيتها لمحطات في الخارج ومساهمتها في شركة (كومست) للأقمار الصناعية[١٧].

◆ **اللغة:** يفضل المرء الاستماع إلى إذاعة أو مشاهدة قناة تلفزيون بلهجته الأصيلة، وبالتالى تصبح المضامين العربية غير ذات نفع بالنسبة للكثيرين، وبذلك فاللغة غير الواضحة أو الغامضة أو اللهجات تشكل عائقا فى وصول الرسالة إلى المستقبل مما يؤدى إلى انصراف المشاهدين عن قنوات معينة تغرق فى استخدام اللهجة المحلية إلى قنوات أخرى وبذلك يضيع المجهود المبذول هباء[cxx].

- ومن ناحية أخرى فى ظل الانفتاح الإعلامى أصبحت هناك بعض اللهجات المحلية – كاللهجة اللبنانية – أكثر انتشارا وتقدم بها البرامج الترفيهية والدرامية وأحيانا الوثائقية والإخبارية، وبذلك أصبحت القنوات التى تستخدم اللغة العربية الفصحى محل ذم كما هو شأن التلفزيون الجزائرى، وبذلك أسهمت القنوات الفضائية فى أضعاف اللغة العربية وليس خدمتها [cxxi].

- وبسبب عائق اللغة أيضا لا تعد القنوات العربية قنوات فضائية دولية بالمعنى الحقيقى للكلمة لسببين أساسيين هما: اللغة المستخدمة فى البرامج هى اللغة العربية مما يجعل الانتفاع بها قاصر على العرب والناطقين بالعربية، بالإضافة إلى إنحسار نطاق البث – فى بعض القنوات – فى دائرة تغطية القمر العربى عرب سات الذى يغطى ثلث الكرة الأرضية[cxxii]، بالإضافة إلى اختلاف المعايير والقيم فى المجتمع العربى عن المجتمعات الأخرى حيث أن كل مجتمع يفهم الرموز بشكل مخالف لمعناها فى مجتمع آخر، ولهذا لا يمكن الاستعانة بمضامين تلفزيونية مستوردة لعرضها فى القنوات الفضائية العربية والحصول على الاستفادة المرجوة .

- تعد الرقابة فى بعض الدول العربية أحد المشكلات التى تمنع وصول إرسال القنوات الفضائية بشكل مباشر للمشاهدين إلا من خلال شركات كابل تابعة للدولة تقوم بعملية تصفية للإرسال التلفزيونى[cxxiii]، وان كان هذا الوضع بدأ ينتهى بشكله المعلن إلا أن هناك رقابه ذاتية من الإعلاميين العرب نتيجة تعاطيهم مع هذه الموروثات.

- وجود نوع من عدم التكافؤ من حيث الشكل والمضمون فيما يقدم عبر الفضائيات الأجنبية الوافدة إلى الوطن العربى لصالح تلك الفضائيات، مما يؤدى إلى انجذاب الجمهور العربى إلى المضامين الأجنبية[cxxiv]، فهناك نقص فى الإنتاج الإذاعى والتلفزيونى ويرجع ذلك إلى: عدم المرونة خاصة فى النواحى القانونية والإدارية، نقص الدعم المادى والمعدات التكنولوجية، ونقص الإعلاميين الأكفاء حتى أن أحد الخبراء الإعلاميين قد حدد المشكلة فى أن الدول العربية تنفق على إنشاء القنوات وشراء المعدات لها ولا تنفق على ما تقدمه من مضامين أو لتطوير الكوادر البشرية العاملة [cxxv]. ونتيجة لذلك قد يضطر المشاهد العربى إلى التعرض إلى البث الوافد الأجنبى الذى يتضمن عدة جوانب سلبية وهى: اللاعداله والتسطيح الفكرى بهدف نشر قيم استهلاكية وثقافية معينة.

وترجع خطور هذا الوضع إلى سيطرة المضامين الأجنبية التى تتضمن منظومة قيم مختلفة كما سيتضح فيما يلى:

- أثبتت الكثير من دراسات إتحاد إذاعات الدول العربية أن معظم المضامين الأجنبية التى تبث عبر الفضائيات العربية تقدم العنف والإدمان على المخدرات والممارسات الإباحية وإعلاء القيم المادية بشكل أساسى مما يؤثر سلبا على المشاهدين وخاصة من فئة الشباب والأطفال، وأن بعض البرامج المحلية مملة وبطيئة العرض ولا تحمل فكراً جديدا لذلك ينصرف عنها المشاهد العربى إلى المضامين الأجنبية التى غالبا ما لا تتناسب مع ثقافة مجتمعه[cxxvi].
- غياب الهدف السليم فى الاستعانة بمضمون أجنبى وهو الانفتاح على الثقافات الأجنبية وعدم ترك المشاهد العربى أحادى التفكير منغلقا على حضارته وثقافته فقط بينما جاء الاستعانة بالمضمون الأجنبى بهدف ملء ساعات الإرسال الطويلة التى خلفتها عملية إمتلاك الدولة الواحدة أكثر من قناة فضائية وهذا أدى إلى غياب صفة "الانتقائية" من المضامين الأجنبية المختارة، وخاصة أن هناك تصوراً خاطئاً هو أن الأخبار والأحداث العامة هى المضمون الذى نخشى على ثقافتنا الوطنية منه لكن

فى الواقع أن الثقافة تتأثر أساسا بأفلام السينما والمضمون الترفيهى من دراما ورقصات وأزياء وأغانى وتتفاقم خطورة هذه المشكلة مع ارتفاع نسبة الأمية حيث تعد نسبة الأمية فى الوطن العربى من أعلى النسب فى العالم وهو يعد التحدى الداخلى الذى يواجه الإعلام العربى.

- ويتمثل التحدى الخارجى فى كيفية مخاطبة الرأى العام الغربى الذى يحتفظ بصورة نمطية سلبية Solid Image عن العرب، على الرغم من أن بعض الأقطار العربية تمتلك أو توجه بشكل مباشر أو غير مباشر أكثر من قناة تلفزيونية فضائية باللغات الأجنبية [cxxvii] وفى هذا الإطار لا تكون أهداف إنشاء بعض القنوات الفضائية العربية واضحة فى أذهان مالكيها. وفى ظل عدم وضوح الهدف وقلة الإنتاج البرامجى المحلى أو العربى يكون هناك صعوبة بالغة فى وضع خطة برامجية شاملة ومتوازنة[cxxviii]، وتكون النتيجة هى شاشة فضائية تعانى من تكرار المضامين الأجنبية من ناحية أو المضامين المحلية الضعيفة من ناحية أخرى وكلاهما له عيوب فالمضامين الأجنبية لا تتناسب – عادة – مع عاداتنا والمضامين العربية مغرقة فى المحلية، بحيث تؤدى إلى ملل المشاهد العربى وبالتالى إلى انصرافه إلى القنوات الأخرى بينما لو قدمت بأسلوب جذاب ومشوق يتحقق هدفها من التميز والتفرد وهدف المشاهد الخارجى من التعرف على بعض الشؤون المحلية والمشكلات التى يعانى منها المواطنون فى الدول العربية.

ب- ضرورة التنسيق بين الفضائيات العربية:

يعد التنسيق بين القنوات الفضائية العربية الخطوة الأولى على الطريق الصحيح فى سبيل معالجة المشكلات التى تواجهها القنوات الفضائية العربية، وهناك مجالات عديدة للتنسيق سواء فى المجال التقنى أو الهندسى أو الفنى أو البشرى أو البحثى، وذلك وصولا إلى تحقيق التكامل بين القنوات الفضائية العربية وإكتساب كل قناة شخصية خاصة بها تميزها وتكون نابعة من أهدافها المحددة، حيث أن التنافس الشديد بين القنوات الفضائية أدى إلى تشابهها فى المضمون المقدم حيث تحرص هذه القنوات

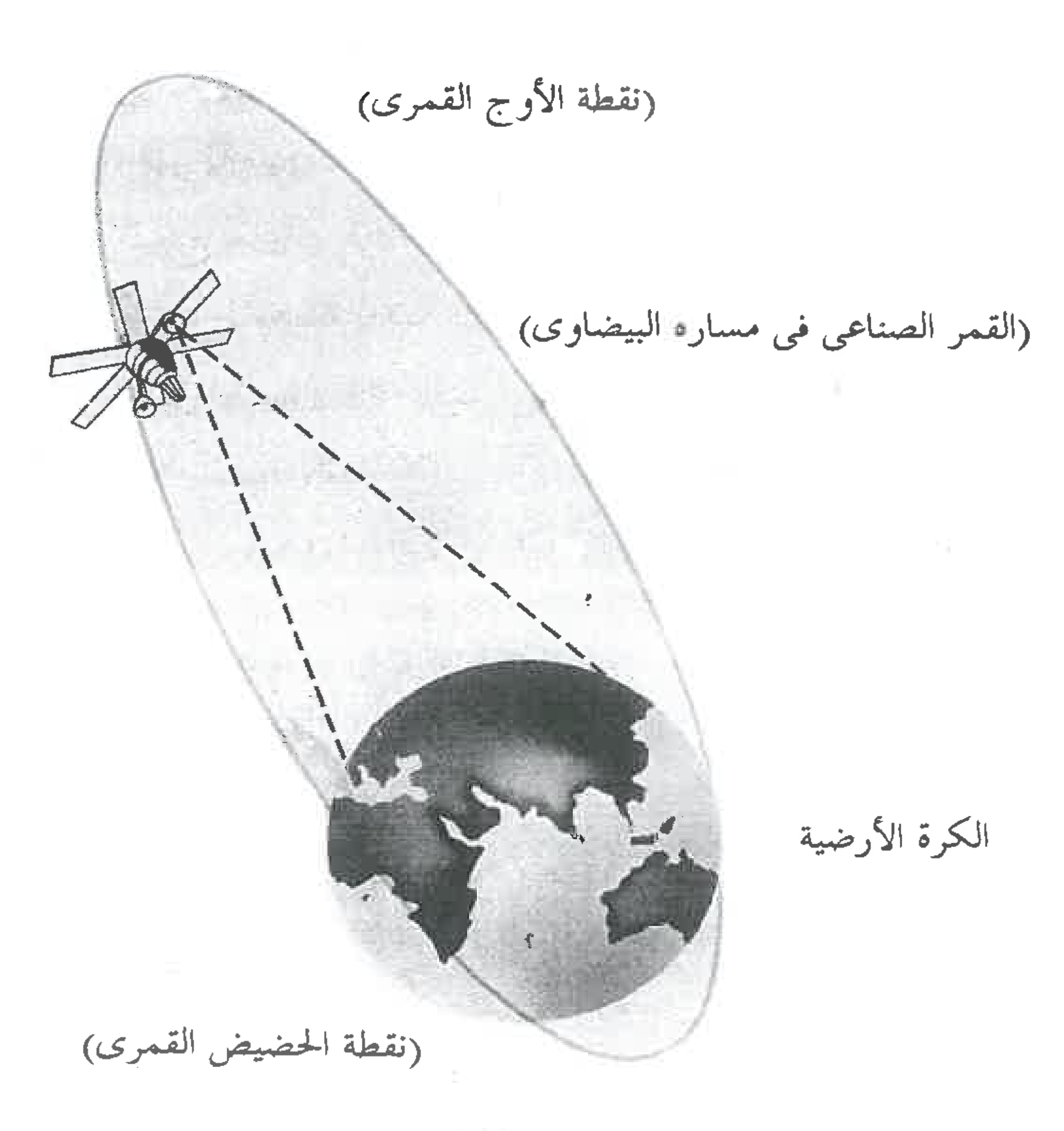
على تقديم المضمون الترفيهى لأنه مضمون ناجح وقليل التكلفة ولكن يؤخذ على بعض الدول العربية عدم اهتمامها بتوفير معلومات كاملة عن قنواتها المختلفة، وقد كان ذلك ضمن المشكلات التى واجهت الوثيقة الأولية التى أعدتها الإدارة العامة لإتحاد إذاعات الدول العربية والتى رفعتها إلى اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية خلال إجتماعها فى الجزائر يوم 10 و11 مايو 2000.

وعلى الجانب الإيجابى قام إتحاد إذاعات الدول العربية عام 1996 بعمل نظام تبادل إذاعى عبر القمر الصناعى وهو يعد البديل العملى للطريقة التقليدية فى تبادل المواد الإذاعية والتلفزيونية والمتمثلة فى نسخ الأشرطة ونقلها عبر البريد وهو النظام المتبع منذ 1985[cxxix].

ويمكن تلخيص ما سبق، فى أنه رغم ضرورة التكامل والتعاون والتنسيق بين القنوات الفضائية العربية إلا ان ذلك لم يحدث بالشكل المطلوب نتيجة لاختلاف المواقف إزاء البث الوافد متمثلة فى: موقف مهتم بالانفتاح على كل ما يبث عبر الأقمار الصناعية ويندمج معه بل ويقلده، وموقف يتسم بالحذر والتخوف مما يقدم من مواد وبرامج مستوردة، فيقوم بعملية تصفية لهذه المواد من خلال كوابل تقوم بتوصيل الإرسال الفضائى – بعد حذف المواد غير المناسبة – إلى منازل المشتركين[cxxx]وان كان هذا الشكل من "الرقابة المباشرة" أصبح من الماضى لكنه غير شكله الى رقابه غير مباشره[cxxxi] .

ولقد كانت بداية استخدام الأقمار الصناعية فى مجال الاتصال بالأقمار السلبية غير الثابتة، ويؤرخ لذلك بعام ١٩٥٨م عندما انطلق الصاروخ "أطلس" وهو يحمل على متنه القمر "سكور" (Score) الذى يعد من الأقمار السلبية غير الثابتة. ولكن تجدر الإشارة هنا إلى أن استخدام هذا النوع من الأقمار فى مجال الاتصالات بشكل مكثف قد تأخر حتى عام ١٩٦٠م عندما أطلق القمر الصناعى "إيكو الأول" (Echo I)، وهو قمر لم يكن يحمل هو أيضا أية أجهزة أو معدات للتعامل مع الإشارات التى تصله من الأرض.

رسم يوضح المدار البيضاوى للقمر الصناعى غير الثابت



والقمر إيكو الأول هذا كان عبارة عن كرة ضخمة، قطرها ٣٠,٥ مترا وله سطح معدنى عاكس ويزن ٦١ كيلوجراما. وقد أخذ إيكو الأول مدارا يبعد عن سطح الأرض بمسافة تتراوح ما بين ٩٦٠ كيلومتر (نقطة الحضيض[١] "Perigée") و ٢٠٠٠ كيلومتر (نقطة الأوج"Apogée")[٢] إذ أنه كان يقترب فى مداره من الأرض ثم يبتعد عنها ثم يعاود الاقتراب والبعد عنها فى كل مرة يتم فيها دورة كاملة حول الأرض. وكان هذا القمر يتم دورته حول الأرض متحركا ويختفى فى الأفق لكى يعاود الظهور مرة أخرى، وهكذا ... ففى دورانه حول الأرض كان هذا القمر يقترب من سطح الأرض إلى مسافة ٩٦٠ كيلومتر فى بعض المناطق ثم يرتفع إلى مدار يبعد عن سطح الأرض إلى مسافة ٢٠٠٠ كيلومتر بالنسبة لمنطقة أخرى، وإلى مسافات مختلفة بين نقطتى الحضيض والأوج بالنسبة لمناطق أخرى..، فهو يأخذ إذن مداراً بيضاوياً حول الأرض، وظهور القمر لبضع دقائق ، أو حتى لبضع ساعات فى اليوم بالنسبة لأقمار غير ثابتة مدارها أعلى من مدار إيكو الأول يحتم الاستعانة بعدد كبير من هذا النوع من الأقمار غير الثابتة فى حالة الرغبة فى تحقيق الاتصال ٢٤ ساعة فى اليوم، حيث يتراوح عددها ما بين ٤٠ و ٥٠ قمراً مثلا بالنسبة لأقمار "تلستار" (TELSTAR) التى تعمل على مدار منخفض نسبيا، وهذا يوفره قمر واحد من النوع الثابت.

ومع حركة القمر الصناعى غير الثابت والتى يمكن توقعها مسبقا وتقبلها من قبل مستخدمى هذا النوع من الأقمار ذات المدار المنخفض، إلا أن

1-René BAILLY & André ROCHE.-**Dictionnaire de la télévision**. Larousse, Paris, 1967.

٢-لارى بلونشتين. **مرجع سابق.**

هذه الأقمار المتحركة غير مقبول استخدامها في مجال الاتصالات لعدة أسباب منها:

- ضرورة متابعة القمر فى أثناء عبوره السماء فى كل مرة. ومع اختلاف مساره فى كل مرة عن المرة السابقة، فإن الأمر يحتاج إلى هوائيات متحركة وتقنيات متطورة وخبرة فى استخدام هذا النوع من الهوائيات لمتابعة هذه الأقمار منذ ظهورها فى الأفق إلى أفولها فى الجانب الآخر من الأرض وما يمثله ذلك من نفقات إضافية وعمالة متناوبة على مدار اليوم لتشغيل هذه المحطات والمحافظة عليها.

- أن المسئولين عن الاتصال سواء بالنسبة للهاتف أو التليفزيون أو غير ذلك، وكذلك أصحاب الأعمال الخاصة، يهمهم أن يكونوا على اتصال دائم على مدى ٢٤ ساعة فى اليوم وليس فقط لمدة الدقائق التى توفرها الأقمار غير الثابتة وعلى فترات متقطعة، فالأقمار الصناعية غير الثابتة تبدو للشخص وكأنها ترتفع من أفق محدد وتأفل عند أفق آخر بعد فترة وهى تنطلق بسرعة ١٧ ألف ميل فى الساعة. لذلك فإن هذه الأقمار الصناعية ذات المدار المنخفض والتى تقع فى المنطقة التى يتراوح ارتفاعها عن سطح الأرض من ١٥٠ إلى ٤٠٠ ميل لا تستخدم حاليا للاتصالات، حيث يفضل الاستعانة بأقمار ثابتة والتى تأخر ظهورها نسبياً إلى ما بعد ظهور الأقمار غير الثابتة بسنوات.

ب- النوع الثانى من الأقمار الصناعية: الأقمار الثابتة المتزامنة

(Geosynchronous)

تحديد آرثر كلارك لمدار الأقمار الصناعية المتزامن مع الأرض، والذى هو مفتاح استغلال الأقمار الصناعية تجاريا، تأخر تطبيقه عشرين عاما عندما أطلق أول قمر

صناعى فى مدار متزامن عام ١٩٦٥م والذى يبعد عن سطح الأرض بمسافة ٣٥٦٨٠ كيلومتر (٣٦٠٠٠ كيلو متر بتبسيط الرقم).

وذكرنا أن إشعاع القمر الواحد من هذا الارتفاع يغطى ثلث مساحة الكرة الأرضية، وبذلك تكفى ثلاثة أقمار من هذا النوع لتغطية سطح الكرة الأرضية بالإشعاع القمرى وربط الكرة الأرضية عندئذ بالاتصال. وغنى عن القول إن هذه "التوابع" هى فى الواقع غير ثابتة، بل هى فى رحلة دائمة، ولكن هذا النوع من الأقمار يتم دورة كاملة فى ٢٤ ساعة، وهو الزمن نفسه الذى تستغرقه الأرض لإتمام دورة كاملة حول نفسها، ولذلك، وبالرغم من أن سرعة دوران هذا "التابع" أسرع من سرعة دوران الكرة الأرضية فهو يبدو للملاحظ على الأرض ثابتاً فى موقعه بسبب تزامن سرعة القمر مع سرعة دوران الأرض وتستمر خدمته للأرض ٢٤ ساعة فى اليوم، لذلك يطلق على هذا النوع من الأقمار أيضا اسم "الأقمار المتزامنة"، ويطلق على المدار الذى يبعد ٣٥٦٨٠ كيلومتر من سطح الأرض فوق خط الاستواء اسم "المدار الاستوائى" أو "المدار المتزامن" (Synchrone). وبأسلوب آخر، فإن هذا النوع من الأقمار يبدو ثابتا بالنسبة للأرض لأنه يدور فى الاتجاه الذى تدور فيه الأرض حول نفسها وبسرعة متوافقة مع سرعة دورانها ومتزامنة معها، وسرعة القمر هنا يختلف معدلها بطبيعة الحال عن سرعة دوران الأرض.

وما من شك فى أن اختيار نوع من الأقمار للاتصال يتطلب معرفة خصائص كل نوع منها حيث لا يمكن إنكار أن لكل نوع منهما عيوبه ومميزاته[1]، ومنها

١-للاستزدة إرجع إلى:

انشراح الشال.-الإعلام الدولى عبر الأقمار الصناعية. **مرجع سابق.**

الإمكانيات والخصائص التى يجب توافرها فى المحطات الأرضية للتعامل مع هذا القمر أو ذاك، إذ أن الأقمار المتزامنة الثابتة ليست مثلا فى حاجة ملحة للمحطات الأرضية المتحركة من النوع الذى يسهل توجيهه، حيث يمكن تثبيت هوائى المحطة الأرضية للقمر الثابت فى مواجهة القمر بصفة دائمة وهذا القمر يدور هو الآخر دورة كاملة حول نفسه كل ٢٤ ساعة ولذلك تواجه هوائياته دائما المنطقة التى يخدمها على الأرض، إلا إذا حدث انحراف لهذا القمر لسبب أو لآخر، فإننا نحتاج عندئذ إلى إعادة القمر إلى مداره الأصلى بأسلوب التحكم عن بعد من مراكز خاصة بذلك للمتابعة والمراقبة، أو إلى تعديل الهوائى بالمحطة الأرضية لكى يقابل ويواجه القمر الصناعى الذى يتعامل معه فى موقعه الجديد، وهذا يتم فى المحطات الثابتة والمجهزة من البداية بهذه الإمكانية، وكذلك قد يتأثر الهوائى بالعواصف والرياح فينحرف قليلاً عن خط الرؤية المستقيم مع القمر الذى يخدمه مما يستوجب تعديل اتجاه الهوائى إلى أن يعاود توجهه للقمر.

وفى مارس عام ١٩٦٨م، أعلن "فيشر" (O.S. VISHER) الذى يعمل فى الشركة الأمريكية "هيوغ" (Hughes Aircraft) أن تكاليف الأقمار الصناعية الثابتة سوف تكون أقل من تكاليف أى نوع آخر من الأقمار بما فى ذلك شبكة الأربعة وعشرين قمرا (غير الثابتة) والتى اقترحتها شركة "بل" (BELL) وشركة "RCA".

وكان تصريح فيشر مفاجأة للعالم كله، وأصبح فى الإمكان أن نتصور تعميم استخدام هذه الأقمار الثابتة تجاريا وخاصة بعد نجاح التجارب الأولى فى عام ١٩٦٥م، وهو ما نعيشه حاليا.